



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
UNIVERSITY OF PIRAEUS

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**MBA & TOURISM MANAGEMENT**

Διπλωματικής Εργασίας με θέμα:

*«Προμελέτη Σκοπιμότητας Ίδρυσης Ξενοδοχειακής  
Μονάδας στη πόλη των Ιωαννίνων»*

Παπαποστόλου Γεώργιος

ΑΜ:2032

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υπεβλήθη για την εκπλήρωση των  
απαιτήσεων του «MBA & TOURISM MANAGEMENT»

Επιβλέπων Καθηγητής: Γεωργακέλλος Δημήτριος

Αθήνα, Νοέμβριος 2022



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

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

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

Προβλεπτή... Σχεδιασμός... Ιστορίας... Ξενοδοχειακής... Μάνατζμεντ...  
...στη... πόλη... των... Ιωαννίνων.....

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

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριάς..... 

Όνοματεπώνυμο..... Παπαπροσόδου Γιώργος

Ημερομηνία..... 26/10/22

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

# Περιεχόμενα

<b>Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή</b>	<b>11</b>
<b>Κεφάλαιο 2: Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος</b>	<b>11</b>
2.1 Περιγραφή του επενδυτικού σχεδίου	13
2.2 Ιδρυτές και υποστηρικτές του σχεδίου	14
2.3 Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου	15
2.4 Μελέτη Σκοπιμότητας	15
2.5 Κόστος προ επενδυτικών μελετών και ερευνών	16
<b>Κεφάλαιο 3: Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ</b>	<b>17</b>
3.1 Παγκόσμιος τουρισμός	17
3.2 Η επίδραση της πανδημίας στο διεθνή τουρισμό	25
3.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	28
3.3.1 Εξέλιξη και πορεία Ελληνικού τουρισμού τα χρόνια πριν τη πανδημία	28
3.3.2 Κύκλος εργασιών λόγω της πανδημίας	39
3.3.3 Η κατάσταση του τουρισμού τη περίοδο της πανδημίας	41
3.3.4 Οικονομικά στοιχεία κύκλος εργασιών	46
3.4 Τουρισμός στη περιφέρεια Ιωαννίνων	48
3.4.1 Δήμος Ιωαννιτών	48
3.4.2 Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων	52
3.4.3 Δήμος Δωδώνης	53
3.4.4 Ζαγοροχώρια	53
3.4.5 Δήμος Ζίτσας	54
3.4.6 Δήμος Κονίτσης	55
3.4.7 Δήμος Μετσόβου	55
3.4.8 Δήμος Πωγωνίου	56
3.5 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος περιοχής	56
3.6 Ανάλυση Porter	57
3.7 SWOT Analysis	58
3.8 Στρατηγικός σχεδιασμός marketing	60
3.8.1 Επιχειρηματική στρατηγική	60

3.8.2 Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση: Διαδικασία STP	60
3.8.3 4P's	61
<b>3.9 Πρόβλεψη εσόδων</b>	<b>65</b>
<b>Κεφάλαιο 4: Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια</b>	<b>66</b>
4.1 Χαρακτηριστικά Α' υλών και λοιπών προμηθειών	66
4.2 Ποιοτικές προδιαγραφές Πρώτων Υλών & Άλλων Εφοδίων	67
4.3 Πηγές προμήθειας	67
4.4 Κόστος πρώτων υλών	68
<b>Κεφάλαιο 5: Μηχανολογία και τεχνολογία</b>	<b>69</b>
5.1 Η δυναμικότητα της μονάδας, χωρομετρικές προϋποθέσεις και απεικονίσεις	69
5.2 Περιγραφή Μηχανολογίας και τεχνολογίας	72
5.3 Τεχνική περιγραφή κτιριακών	73
5.4 Ειδικός μηχανολογικός εξοπλισμός	73
5.5 Έργα περιβάλλοντος χώρου	73
5.6 Ξενοδοχειακός εξοπλισμός και μεταφορικά μέσα	74
5.7 Συνολικές εργασίες ίδρυσης μονάδας	74
<b>Κεφάλαιο 6: Οργάνωση ξενοδοχειακής μονάδας</b>	<b>79</b>
6.1 Οργάνωση και Διοίκηση Ξενοδοχειακής επιχείρησης	79
6.2 Έξοδα Γενικά και Εξωτερικών συνεργατών	80
6.2.1 Έξοδα λοιπών εξωτερικών συνεργατών	80
6.2.2 Γενικά και Έκτακτα έξοδα	81
<b>Κεφάλαιο 7: Ανθρώπινοι πόροι</b>	<b>82</b>
7.1 Αξιολόγηση και επιλογή ανθρώπινου δυναμικού	82
7.2 Περιγραφή και αρμοδιότητες ανθρώπινου δυναμικού	83
7.3 Πρόγραμμα μισθοδοσίας και δαπανών	86
<b>Κεφάλαιο 8: Τοποθεσία, εγκατάσταση χώρου, περιβάλλον</b>	<b>88</b>
8.1 Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της νέας μονάδας	88

8.2 Κριτήρια επιλογής τοποθεσίας _____	88
8.3 Περιβαλλοντικές Επιδράσεις _____	93
8.4 Αισθητική _____	94
<b>Κεφάλαιο 9: Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτέλεσης του έργου</b> _	<b>96</b>
9.1. Χρονοπρογραμματισμός της ξενοδοχειακής μονάδας _____	96
9.2. Χρονοδιάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος _____	98
<b>Κεφάλαιο 10: Χρηματοοικονομική ανάλυση &amp; Αξιολόγηση Επενδυτικού</b>	
<b>Σχεδίου</b> _____	<b>100</b>
<b>10.1 Ανάλυση Κόστους Επένδυσης</b> _____	<b>100</b>
10.1.1 Πάγιο ενεργητικό _____	100
10.1.2 Κεφάλαιο Κίνησης _____	101
10.1.3. Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης _____	101
10.1.4 Συνολικό κόστος επένδυσης και πηγές χρηματοδότησης _____	102
<b>10.2 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων</b> _____	<b>104</b>
10.2.2 Προβλεπόμενες ταμειακές ροές _____	107
10.2.3 Ισολογισμός επιχείρησης _____	109
<b>10.3 Χρηματοοικονομικοί δείκτες &amp; μέθοδοι αξιολόγηση επένδυσης</b> _____	<b>112</b>
10.3.1. Περίοδος αποπληρωμής _____	112
10.3.2. Καθαρά Παρούσα Αξία _____	112
10.3.3. Εσωτερικός συντελεστής απόδοσης _____	113
10.3.4 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (ROE) _____	115
<b>10.4 Χρηματοοικονομικές αναλύσεις</b> _____	<b>115</b>
10.4.1 Ανάλυση "Νεκρού Σημείου" _____	115
10.4.2 Ανάλυση Ευαισθησίας _____	116
<b>10.5 Αξιολόγηση επένδυσης και συμπεράσματα</b> _____	<b>117</b>
<b>Βιβλιογραφία</b> _____	<b>119</b>

## Πίνακας Πινάκων

Πίνακας 2-1: Κόστος προ επενδυτικών μελετών και ερευνών	16
Πίνακας 3-1: Δείκτης Μεταβολής (%) παγκόσμιων αφίξεων (2008-2021)	18
Πίνακας 3-2: Δείκτης Μεταβολής (%) παγκόσμιων εισπράξεων (2008-2019)	19
Πίνακας 3-3: Ποσοστά απασχόλησης με συνυπολογισμό του ΑΕΠ	29
Πίνακας 3-4: Εισπράξεις σε εκατομμύρια ευρώ	30
Πίνακας 3-5: Διεθνείς Αεροπορικές αφίξεις 2018-2019	32
Πίνακας 3-6: Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού στα βασικά αεροδρόμια 2018-2019	35
Πίνακας 3-7: Οδικές αφίξεις 2018-2019	36
Πίνακας 3-8: Τζίρος ξενοδοχείων ανά κατηγορία 2019-2021	41
Πίνακας 3-9: Ηλικιακή κατανομή πληθυσμού Δήμου Ιωαννιτών	49
Πίνακας 3-10: Τα κυριότερα μουσεία των Ιωαννιτών	50
Πίνακας 3-11: Τιμές ανταγωνιστικών ξενοδοχείων	63
Πίνακας 3-12: Τιμές δωματίων 1 <sup>ου</sup> έτους λειτουργίας	64
Πίνακας 3-13: Πρόβλεψη εσόδων διαμονής ανά μήνα 1-10 έτος λειτουργίας	65
Πίνακας 3-14: Έσοδα εστιατορίου και μπαρ ανά μήνα 1-10 έτος λειτουργίας	66
Πίνακας 5-1: Δωμάτια/Αριθμός κλινών	71
Πίνακας 5-2: Δωμάτια και κλίνες ανά όροφο	72
Πίνακας 5-3: Κόστος κατασκευής 4* ξενοδοχείου	75
Πίνακας 5-4: Κόστος εκσυγχρονισμού του διατηρητέου κτιρίου	76
Πίνακας 5-5: Κόστος κατασκευής, εκσυγχρονισμού & εξοπλισμού της ξενοδοχειακής μονάδας	78
Πίνακας 6-1: Έξοδα εξωτερικών συνεργατών	80
Πίνακας 7-1: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού 1 <sup>ο</sup> έτος λειτουργίας	86
Πίνακας 8-1: Πληρότητα κλινών στα ξενοδοχεία ανά μήνα 2019-2020	88
Πίνακας 8-2: Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα στον Δήμο Ιωαννίνων 2010-2021	89
Πίνακας 8-3: Μεγέθη/Δείκτες για το 2019 και στόχοι για το 2030 της Περιφέρειας Ηπείρου	92
Πίνακας 8-4: Ποσοστά πληρότητας ξενοδοχείου ανά μήνα για τα δέκα πρώτα έτη λειτουργίας	93
Πίνακας 9-1 Χρονοπρογραμματισμός της ξενοδοχειακής μονάδας	97
Πίνακας 9-2 Χρονοδιάγραμμα Gantt	98
Πίνακας 10-1: Συντελεστές απόσβεσης	100
Πίνακας 10-2: Ετήσιες αποσβέσεις	101
Πίνακας 10-3: Πίνακας χρηματοδότησης	103
Πίνακας 10-4: Πίνακας αποπληρωμής τραπεζικού δανείου	103
Πίνακας 10-5: Ετήσια έξοδα τόκων και υπόλοιπο δανείου στο τέλος κάθε έτους	104
Πίνακας 10-6: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης κατ' είδος 1-10 έτος	105
Πίνακας 10-7: Ισολογισμός 0-10 έτος	109
Πίνακας 10-8: Εσωτερικός βαθμός απόδοσης επένδυσης	114





## Πίνακας Σχημάτων

Σχήμα 2-1: Διάγραμμα συμμετοχών \_\_\_\_\_ 15

## Πίνακας Γραφημάτων

<i>Γράφημα 3-1: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία</i>	21
<i>Γράφημα 3-2: Αριθμός αφίξεων σε εκατομμύρια</i>	21
<i>Γράφημα 3-3: Τουριστικές εισπράξεις</i>	22
<i>Γράφημα 3-4: Απασχόληση στο κλάδο του τουρισμού τη περίοδο 2017-2018</i>	29
<i>Γράφημα 3-5: Κατανομή εισπράξεων ανά περιφέρεια 2018-2019</i>	31
<i>Γράφημα 3-6: Αφίξεις στους αερολιμένες της Ελλάδος</i>	34
<i>Γράφημα 3-7: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες της ΕΕ</i>	42
<i>Γράφημα 3-8: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες της Ευρωζώνης</i>	42
<i>Γράφημα 3-9: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Γαλλία</i>	43
<i>Γράφημα 3-10: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Γερμανία</i>	43
<i>Γράφημα 3-11: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες εκτός της Ευρωζώνης</i>	44
<i>Γράφημα 3-12: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από άλλες Χώρες</i>	44
<i>Γράφημα 3-13: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από Ηνωμένες Βασίλειο</i>	45
<i>Γράφημα 3-14: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από την Αμερική</i>	45
<i>Γράφημα 3-15: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Ρωσία</i>	46
<i>Γράφημα 3-16: Έσοδα από τουρισμό (Σύγκριση ετών 2019-2020 ανά μήνα</i>	47
<i>Γράφημα 3-17: Κύκλος εργασιών κατά την πανδημία-19 (κωδικοί NACE 55 &amp; 56) ανά τρίμηνο για την περίοδο 2019-2020.</i>	47
<i>Γράφημα 3-18: Τιμές ξενοδοχείων 4* ανά γεωγραφική περιφέρεια, Οκτώβριος 2019</i>	63

## Πίνακας Εικόνων

<i>Εικόνα 3-1: Τελωνειακός Σταθμός Προμαχώνα</i>	<i>37</i>
<i>Εικόνα 3-2: Τελωνειακός Σταθμός Νυμφαίας</i>	<i>38</i>
<i>Εικόνα 3-3: Χιλιομετρική απόσταση μεταξύ τελωνειακού σταθμού Προμαχώνα – Ασπροβαλτας</i>	<i>38</i>
<i>Εικόνα 3-4: Χιλιομετρική απόσταση μεταξύ τελωνειακού σταθμού Νυμφαίας- Ασπροβάλτας</i>	<i>39</i>
<i>Εικόνα 3-5: Αφίξεις στην περιοχή της Βόρειας Ελλάδας</i>	<i>52</i>
<i>Εικόνα 3-6: Η μέση διάρκεια διανυκτερεύσεων</i>	<i>52</i>
<i>Εικόνα 5-1: Τοποθεσία</i>	<i>74</i>

## Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη εστιάζει στη πιθανότητα ίδρυσης ξενοδοχειακής μονάδας στα Γιάννενα. Ο βασικός στόχος είναι η εύρεση του κατάλληλου σημείου ανέγερσης, η δημιουργία της μονάδας, έχοντας λάβει υπόψη την έκταση γης αλλά και ευρύτερα τις συνθήκες που χαρακτηρίζουν τη παρούσα περιοχή και αν οι συνθήκες αυτές δίνουν τη δυνατότητα ίδρυσης της παρούσας. Σκοπός της παρούσας οικονομοτεχνικής μελέτης είναι η μετατροπή διατηρητέου κτιρίου και ανέγερση στη θέση του πενταόροφου κτιρίου για την ίδρυση ξενοδοχείου κλασσικού τύπου τεσσάρων αστέρων, το οποίο θα έχει δυναμικότητα 37 δωματίων-77 κλινών.

Η παρούσα εργασία θα αναλυθεί μέσα από 10 κεφάλαια μέσα από τα οποία θα γίνει προσπάθεια να μελετηθεί η αποτελεσματικότητα και η δυναμική που θα έχει στο μέλλον η εξεταζόμενη μονάδα. Το παρόν πρώτο κεφάλαιο είναι εισαγωγικό και καθόρισε τη δομή και το περιεχόμενο της εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας έγινε η ανάλυση της ιδέας και το ιστορικό του προγράμματος. Στο παρόν κεφάλαιο έγινε η περιγραφή του επενδυτικού σχεδίου, αναφέρθηκαν οι ιδρυτές και οι υποστηρικτές του σχεδίου ενώ έγινε αναφορά στη μελέτη σκοπιμότητας και το κόστος των προ επενδυτικών μελετών και ερευνών.

Το τρίτο κεφάλαιο αναλώθηκε στην ανάλυση της αγοράς και του μάρκετινγκ. Η εργασία στο παρόν εστίασε στην ανάλυση της αγοράς σε παγκόσμιο επίπεδο ενώ έγινε εκτενής αναφορά στην Ελλάδα και στην εξεταζόμενη περιφέρεια Ιωαννίνων. Επίσης το παρόν κεφάλαιο μέσα από θεωρητικά μοντέλα όπως η ανάλυση ανταγωνισμού του Porter, το μοντέλο δυνάμεων, αδυναμιών ευκαιριών και απειλών αλλά και το μοντέλο 4P προσέδωσε περαιτέρω πληροφορίες για τη μονάδα.

Το κεφάλαιο 4 κάνει αναφορά στις πρώτες ύλες και τα εφόδια που θα χρειαστεί η μονάδα, ενώ το κεφάλαιο 5 αναφέρεται στη 5 μηχανολογία και τις νέες τεχνολογίες. Στη συνέχεια αναλύθηκε η οργάνωση της ξενοδοχειακής

μονάδας στο Κεφάλαιο 6, έγινε αναφορά στο ανθρώπινο δυναμικό στο κεφάλαιο 7 ενώ το κεφάλαιο 8 μελέτησε τις εγκαταστάσεις της μονάδας. Η εργασία ολοκληρώνεται με το προγραμματισμό και προϋπολογισμό της μονάδας στο Κεφάλαιο 9 και τέλος με τη κοστολόγηση και χρηματοοικονομική ανάλυση στο Κεφάλαιο 10 της εργασίας.

## Κεφάλαιο 2: Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

### 2.1 Περιγραφή του επενδυτικού σχεδίου

Η ίδρυση της επιλεγμένης ξενοδοχειακής μονάδας θα γίνει σε οικόπεδο επιφάνειας 1.095,71 τ.μ. που βρίσκεται επί της οδού Τζαβέλλα 9. Στο οικόπεδο βρίσκεται διώροφη οικία, η οποία έχει χαρακτηριστεί ως διατηρητέα συνολικής επιφάνειας 442 τ.μ. (ισόγειο 172 τ.μ. και 1<sup>ος</sup> 137 τ.μ.) όπου περιλαμβάνεται υπόγειο επιφάνειας 133 τ.μ. Το υφιστάμενο οίκημα δεν έχει εκτεταμένες φθορές και πρόκειται να στεγάσει γραφείο, εστιατόριο, κουζίνα, βοηθητικούς χώρους και WC. Επιπρόσθετα με την ανέγερση νέου πενταόροφου κτιρίου, στο πίσω μέρος του οικοπέδου, θα στεγαστούν τα δωμάτια του ξενοδοχείου. Τέλος στο οικόπεδο θα κατασκευαστεί πισίνα και υπόγειο παρκινγκ.

Το παρόν κτίριο ανεγέρθηκε το 1915 και χρησιμοποιούνταν ως κατοικία. Στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκε και ως κτίριο που φιλοξενούσε το Προξενείο της Αυστρίας-Γερμανίας στη πόλη των Ιωαννίνων. Το παρόν φέρει αξιόλογα αρχιτεκτονικά και μορφολογικά νεοκλασικά στοιχεία. Μεταγενέστερα προστέθηκε στο κτήριο μικρή ισόγεια επιφάνεια 35,65 μ<sup>2</sup> η οποία όμως μέσα στα χρόνια για πολεοδομικούς λόγους απομακρύνθηκε, ώστε να παραμείνει η αρχική του δομή. Το κτίριο για πολλά χρόνια δεν έχει χρησιμοποιηθεί ενώ επίσης δεν έχει συντηρηθεί, με αποτέλεσμα να έχει σήμερα εικόνα εγκατάλειψης. Όπως ήδη αναφέρθηκε η παρούσα πρόταση, αναφέρεται στη μετατροπή του σε ξενοδοχείο, το οποίο θα ακολουθεί τις προδιαγραφές που ορίζει ο ΕΟΤ. Ο χώρος θα λάβει ειδικής διαρρύθμισης και στο εσωτερικό του, αλλά και στους εξωτερικούς χώρους, ώστε να λάβει όσο είναι δυνατόν την εικόνα ενός σύγχρονου καταλύματος που θα πληροί τις προϋποθέσεις που ορίζονται και από τη σχετική νομοθεσία.

Τα δωμάτια θα είναι διακοσμημένα με παραδοσιακά, minimal στοιχεία με χρώματα που συνδυάζονται αρμονικά με δρύινα έπιπλα. Τα κρεβάτια θα διαθέτουν εξαιρετικά ανατομικά στρώματα. Τα μπάνια θα είναι ντυμένα από λευκό μάρμαρο και θα υπάρχουν ποιοτικά προϊόντα προσωπικής περιποίησης. Η διανομή στα δωμάτια θα συνδυάζει άνεση και ποιότητα σε συνδυασμό με

την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών. Η διανομή θα είναι απόλυτα εναρμονισμένη με την φιλοσοφία του ξενοδοχείου για την παροχή παραδοσιακής ζεστής φιλοξενίας και κοσμοπολίτικης ατμόσφαιρας.

Η επιλογή της περιοχής έγινε με κριτήριο τη δυναμική της ευρύτερης περιοχής, συγκεκριμένα με βάση τα γεωγραφικά της κριτήρια, τη δυναμική που έχει όλο το χρόνο, το επίπεδο εποχικότητας, τη δυναμική του ανταγωνισμού, τις ευρύτερες ευκαιρίες που έχει σε επίπεδο τουριστικής διαχείρισης.

## **2.2 Ιδρυτές και υποστηρικτές του σχεδίου**

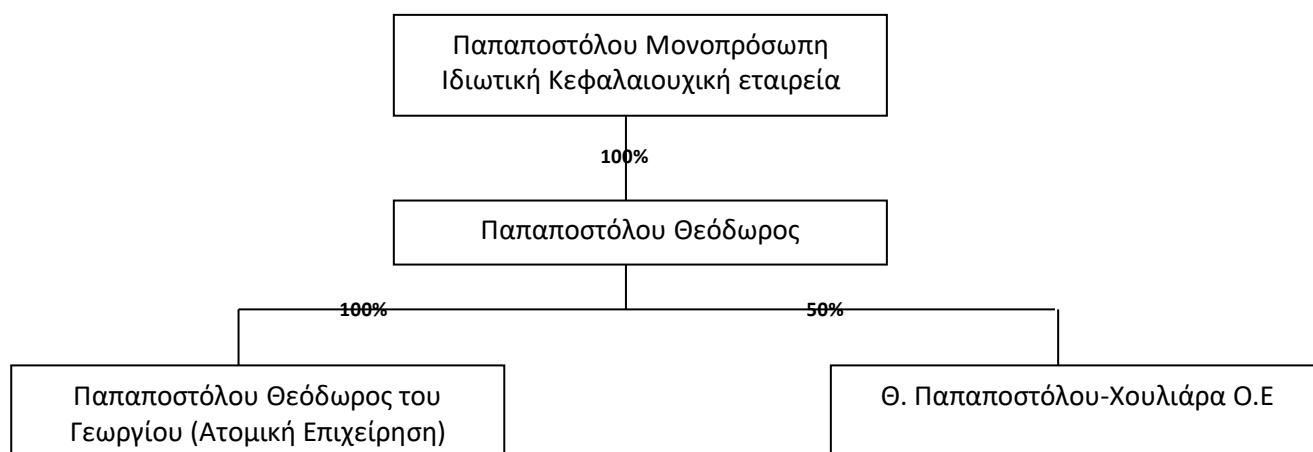
Με βάση την αναφορά που έγινε στην ενότητα που προηγήθηκε η παρούσα επένδυση για την ίδρυση ξενοδοχειακής μονάδας, θα βασιστεί στη μετατροπή υπάρχοντος κτιρίου, το οποίο είναι διατηρητέο και προσθήκη στη θέση του πενταόροφου κτηρίου, κλασσικού τύπου το οποίο θα λειτουργήσει ως ξενοδοχείο 4\*. Το παρόν θα έχει δυναμικότητα 37 δωματίων-77 κλινών. Το παρόν θα χτιστεί σε οικόπεδο που θα έχει εμβαδόν  $E=1.095,71$  τ.μ και το οποίο βρίσκεται σε κεντρικό δρόμο του Δήμου Ιωαννίνων, συγκεκριμένα στην οδό Τζαβέλλα.

Προκειμένου να ιδρυθεί το παρόν ξενοδοχείο αλλά και να είναι διοικηθεί αποτελεσματικά θα το αναλάβει η τουριστική επιχείρηση Θ. Παπαποστόλου Α.Ε, η οποία ασχολείται γενικά με παρόμοιες δράσεις είτε ανεγέρσεις σε υπάρχοντες είτε κατασκευές εκ του μηδενός ξενοδοχειακών μονάδων. Η μετατροπή διατηρητέου κτιρίου βασίστηκε σε σχετικές άδειες που έλαβε η εταιρεία από τον ΥΠ.ΧΩ.Δ.Ε αλλά και σχετικό για την ανέγερση ΦΕΚ. Ακόμα άδεια ζητήθηκε και λήφθηκε από το Υπουργείο Πολιτισμού. Το παρόν αποτελεί μετατροπή διατηρητέου κτιρίου και προσθήκη στη θέση του νέου πενταόροφου κτιρίου το οποίο θα αποτελέσει μια κλασσική ξενοδοχειακή 4\* μονάδα δυναμικότητας 37 δωματίων-77 κλινών. Το παρόν θα αναλύεται σε 6 μονόκλινα δωμάτια, 22 δίκλινα και 9 τρίκλινα δωμάτια. Η εταιρεία συνεργάστηκε με την εταιρεία με επωνυμία Κ. Αρβανίτη Α.Ε η οποία είναι συγγενή εταιρεία της η τουριστικής επιχείρησης Θ. Παπαποστόλου Α.Ε, το

οικόπεδο ανήκει στην Κ. Αρβανίτη Α.Ε αλλά θα περιέλθει στη κυριότητα της Θ. Παπαποστόλου Α.Ε ώστε να προχωρήσει στην ανέγερση του ξενοδοχείου.

## 2.3 Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου

Η εταιρεία Θ. Παπαποστόλου ιδρύθηκε το 2015. Η παρούσα είναι μια ομόρρυθμη εταιρεία με διακριτικό τίτλο «JUICE 4 U». Το διοικητικό συμβούλιο της εταιρείας πλαισιώνεται από δυο ομόρρυθμους εταίρους το κ. Παπαποστόλου και το κ. Χουλιάρα, οι οποίοι ισοδύναμα έχουν το 50% της παρούσας εταιρείας. Η εταιρεία πλαισιώνεται από συγκεκριμένο συμμετοχικό μοντέλο που έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά



**Σχήμα 2-1: Διάγραμμα συμμετοχών**

Η εταιρεία θα αναλάβει όλο το έργο μέχρι τη τελική υλοποίηση του.

## 2.4 Μελέτη Σκοπιμότητας

Ο φορέας ο οποίος διαχειρίζεται την εν λόγω μελέτη Σκοπιμότητας για την ίδρυση της ξενοδοχειακής μονάδας είναι η εταιρεία που ανήκει στους παραπάνω συμμετέχοντες αποτελεί όμως έναν τουριστικό οργανισμό και διοικείται από τους ακόλουθους: Παπαποστόλου Θεόδωρος-Αντιπρόεδρος, Μπαλογιάννη Αγγελική-Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου, Παπαργύρη Μάρθα-Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου, Καραούζας Αρβανίτης-Πρόεδρος και Κούκας-Αρβανίτης Παναγιώτης-Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου.



## 2.5 Κόστος προ επενδυτικών μελετών και ερευνών

Πίνακας 2-1: Κόστος προ επενδυτικών μελετών και ερευνών

A/A	Περιγραφή	Ποσότητα	Τιμή Μονάδας	Σύνολο
1	Μελέτη-Εγκατάσταση Πιστοποίηση ISO9001:2000 & ISO22000:2005	και 2	6.000	12.000
	Συστημάτων			
2	Έρευνα αγοράς	1	2.600	2.600
3	Μελέτη σκοπιμότητας	1	10.000	10.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>				<b>24.600</b>

## Κεφάλαιο 3: Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ

### 3.1 Παγκόσμιος τουρισμός

Η αυξανόμενη και συνεχή ενδυνάμωση της μεσαίας τάξης στις λεγόμενες αναδυόμενες οικονομίες, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών, τα νέα μοντέλα επιχειρήσεων, τα προσιτά έξοδα του ταξιδιού, την ανάπτυξη του shares economy, την έκδοση visas, είναι κάποιοι από τους λόγους αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων κατά 5% το 2018, φθάνοντας το 1,4 δισεκατομμύρια. Ο αριθμός αυτός επετεύχθη δύο χρόνια πριν από τις προβλέψεις της UNWTO (International Tourism Highlights, 2019). Όλα ουσιαστικά πριν τη πανδημία δήλωναν ελπιδοφόρα αναφορικά με το τουρισμό σε παγκόσμια κλίμακα.

Τη συγκεκριμένη περίοδο αυξήθηκαν τα έσοδα από τις εξαγωγές από τον τουρισμό στα 1,7 τρισεκατομμύρια δολάρια στις ΗΠΑ. Αυτό ορίζει τον κλάδο ως μια πραγματική παγκόσμια δύναμη, για την οικονομική ανάπτυξη, δημιουργώντας περισσότερες θέσεων εργασίας και δρώντας ως καταλύτης για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Ουσιαστικά ο τουρισμός αποτελούσε και αποτελεί, παρότι τη περίοδο της πανδημίας όπως θα αναφερθεί παρακάτω παρατηρήθηκε αυξημένη μείωση ένας σημαντικός παράγοντας για τη καλύτερευση των ζώων για εκατομμύρια ανθρώπους ανά τον κόσμο

Η ανάπτυξη των εισπράξεων από τις διεθνείς άφιξης τουριστών, εκείνη τη περίοδο εξακολουθούσε να ξεπερνά την παγκόσμια οικονομία και τόσο οι αναδυόμενες όσο και οι προηγμένες οικονομίες επωφελούνταν από την επιρροή του τουρισμού στην αύξηση του εισοδήματος. Οι εξαγωγές τουρισμού μέσα στο 2018 αυξήθηκαν γρηγορότερα σε σχέση με τις εξαγωγές εμπορευμάτων, μειώνοντας τα εμπορικά ελλείμματα σε πολλές χώρες (World Travel & Tourism Council, 2019). Το έτος 2018 εντοπίστηκαν οι ακόλουθες δράσεις οι οποίες ανέδειξαν το τουρισμό ως βασικό κλάδο εισροής χρημάτων για τις χώρες της Ευρώπης αλλά και ευρύτερα για τις χώρες σε παγκόσμια κλίμακα.

Τα στατιστικά τη συγκεκριμένη περίοδο ήταν τα ακόλουθα (World Travel & Tourism Council, 2019): α) Συνεισφορά του Τουρισμού 8,8 τρισεκατομμυρίων δολαρίων στην παγκόσμια οικονομία, β) Αναπτύχθηκε γρηγορότερα από την παγκόσμια οικονομία τα τελευταία οχτώ έτη (3,9% έναντι 3,2% του παγκόσμιου δείκτη ανάπτυξης, γ) Αποτέλεσε το 10,3% του παγκόσμιου Α.Ε.Π, δ) Μέσα στο 2018 ο τουρισμός συνείσφερε 319 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, το οποίο αντιστοιχούσε στο 1/10 του παγκόσμιου απασχολούμενου εργατικού δυναμικού. Ακόμα μέσα στο 2018 ήταν υπεύθυνος, για 1/5 νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν παγκοσμίως μέσα στη περίοδο 2013-2018, ενώ ήταν ο δεύτερος, πιο ταχέως αναπτυσσόμενος κλάδος στον κόσμο, μπροστά από τους κλάδους της υγείας (+ 3,1 %) του IT (+1,7 %)(information technology) και των οικονομικών υπηρεσιών (+ 1,7 %) και πίσω μόνο από τον Βιομηχανικό κλάδο (+ 4 %). Στον Πίνακα 3.1 γίνεται αναφορά στη μεταβολή(%) των παγκόσμιων αφίξεων για τη περίοδο 2008-2019

**Πίνακας 3-2: Δείκτης Μεταβολής (%) παγκόσμιων αφίξεων (2008-2021)**

Έτος	Δείκτης μεταβολής
2008	2%
2009	-4%
2010	7%
2011	5%
2012	5%
2013	5%
2014	4%
2015	5%
2016	4%

2017	7%
2018	6%
2019	4%
2020	-79%
2021	99%

Πηγή: INSETE Intelligence (2022)

Με βάση τον UNWTO.(2020) το 2019 ήταν το 10 έτος συνεχόμενης ανάπτυξης, η πτωτική τάση της αύξησης είναι γιατί το 2019 ξεκινά το πρόβλημα με τον COVID-19. Παρόλα αυτά στο 1,5 δισ. ανήλθε ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων το 2019 παγκοσμίως, παρουσιάζοντας αύξηση 4% σε σχέση με το 2018. Όλες οι περιφέρειες σημείωσαν άνοδο στις διεθνείς αφίξεις το 2019. Ωστόσο, η αβεβαιότητα γύρω από το Brexit, η κατάρρευση του Thomas Cook, οι γεωπολιτικές και κοινωνικές εντάσεις η παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση και η έναρξη της πανδημίας, για την οποία έγινε ήδη αναφορά συνέβαλαν σε μια βραδύτερη ανάπτυξη το 2019, σε σύγκριση με τους εξαιρετικούς ρυθμούς του 2017 και 2018. Αυτή η επιβράδυνση επηρέασε κυρίως τις προηγμένες οικονομίες και ιδιαίτερα την Ευρώπη και την Ασία και τον Ειρηνικό.

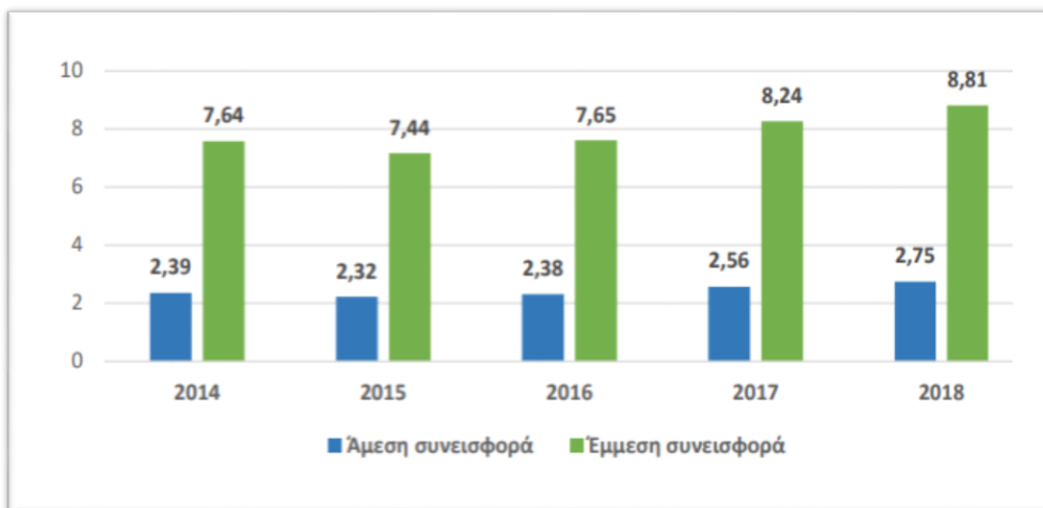
**Πίνακας 3-3: Δείκτης Μεταβολής (%) παγκόσμιων εισπράξεων (2008-2019)**

Έτος	Δείκτης μεταβολής
2008	2%
2009	-5%
2010	5%
2011	5%

2012	4%
2013	6%
2014	5%
2015	4%
2016	3%
2017	5%
2018	5%
2019	5%

Πηγή: UNWTO.(2020)

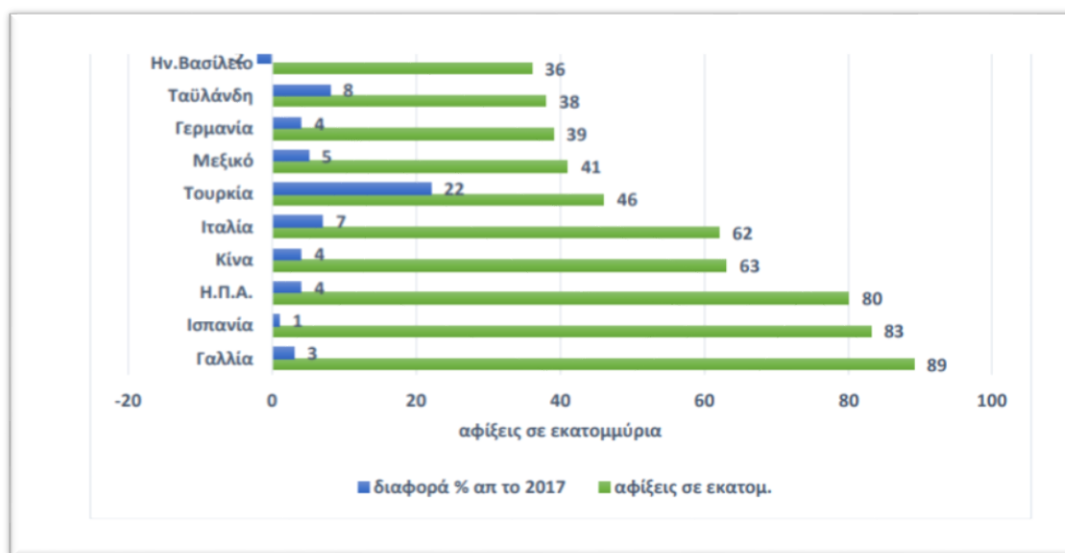
Στον παραπάνω πίνακα, παρατηρείται αύξηση του δείκτη μεταβολής των παγκόσμιων εισπράξεων, από έτος σε έτος της τάξεως του 3% έως 5% με μεγαλύτερη αύξηση το 2013 (2%) και μικρότερη αύξηση (που είναι στην ουσία μείωση της τάξεως του -5 %), το έτος 2009 που ήταν η χρονιά της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης. Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουρισμός συνεχίζει να ξεπερνάει χρόνο με τον χρόνο τις μακροπρόθεσμες προβλέψεις ανάπτυξης, με ρεκόρ τις 1,5 δισεκατομμύρια διεθνείς τουριστικές αφίξεις, το έτος 2019. Η τουριστική ανάπτυξη, ξεπέρασε τον παγκόσμιο μέσο όρο από το 2014, μετά από μια περίοδο έντονης ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια. Στη συνέχεια αρχίζει να παρουσιάζει μια πιο μικτή εικόνα, δεδομένων των αβέβαιων οικονομικών πρακτικών αλλά κυρίως λόγω της πανδημίας, ενώ βασικός παράγον επηρεασμού είναι και το φυσικό περιβάλλον (OECD, 2020) (Βλέπε Γράφημα 3.1).



**Γράφημα 3-1: Άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία**

Πηγή: STATISTA.(2019)

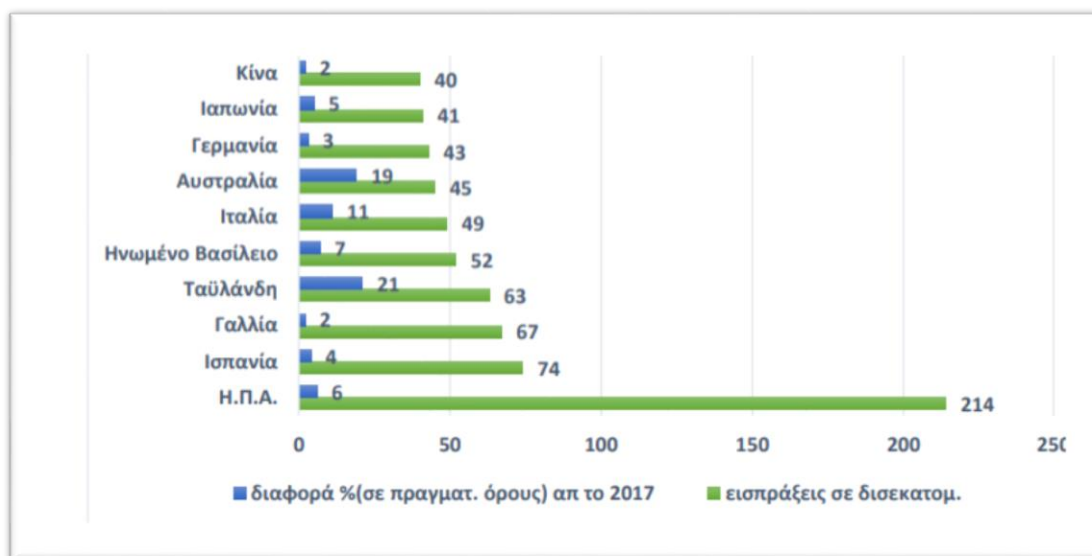
Στο Γράφημα 3.2 γίνεται αναφορά στους 10 κορυφαίους προορισμούς σε επίπεδο διεθνών αφίξεων



**Γράφημα 3-2: Αριθμός αφίξεων σε εκατομμύρια**

Πηγή:International Tourism Highlights(2019)

Στη συνέχεια στο Γράφημα 3.3 γίνεται αναφορά στους 10 κορυφαίους προορισμούς σε επίπεδο εισπράξεων σε δις\$ για το 2018



### Γράφημα 3-3: Τουριστικές εισπράξεις

Πηγή: International Tourism Highlights (2019)

Μεγάλη δυναμική σε επίπεδο τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, έχουν καταδείξει οι λεγόμενες αναδυόμενες οικονομίες. Οι αναδυόμενες οικονομίες, BRIC (Brazil, Russia, India, China) οδηγούσα την αυξανόμενη ζήτηση για τον διεθνή τουρισμό. Καθώς, ο αριθμός των ατόμων που έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερο πλούτο συνεχίζει να αυξάνεται, οι χώρες αυτές υπολογιζόταν ότι θα αυξήσουν σταδιακά το μερίδιο αγοράς που κατέχουν μέχρι το 2030. Οι κάτοικοι της Βραζιλίας, πραγματοποίησαν 8,2 εκατομμύρια ταξίδια παγκοσμίως, εκ των οποίων τα 2,9 εκατομμύρια ταξίδια ήταν στην Ευρώπη. Οι διεθνείς δαπάνες για τον τουρισμό ήταν 13,1 δισεκατομμύρια ευρώ το 2016, κατατάσσοντας τη Βραζιλία στην 23<sup>η</sup> θέση στον κόσμο για τις τουριστικές δαπάνες.

Οι Ρώσοι κάτοικοι, για το έτος 2016, πραγματοποίησαν 18,9 εκατομμύρια ταξίδια ανά την υφήλιο, συμπεριλαμβανομένων 13,9 εκατομμυρίων ταξιδιών στην Ευρώπη. Η Ρωσία κατέχει την 11η παγκόσμια θέση στις διεθνείς δαπάνες τουρισμού και δαπανώντας 21,6 δισεκατομμύρια ευρώ κατά τη διάρκεια του 2016. Οι κάτοικοι της Ινδίας έκαναν 16,4

εκατομμύρια ταξίδια το 2016, εκ των οποίων τα 2,3 εκατομμύρια ήταν στην Ευρώπη. Το 2016, οι διεθνείς δαπάνες για τον τουρισμό ήταν 14,8 δισεκατομμύρια ευρώ, κατατάσσοντας την Ινδία στην 20<sup>η</sup> θέση στον κόσμο για τις τουριστικές δαπάνες. Οι Κινέζοι τουρίστες πραγματοποίησαν 84,9 εκατομμύρια ταξίδια το 2016, εκ των οποίων τα 10,5 εκατομμύρια ταξίδευαν στην Ευρώπη. Το 2016, η Κίνα πραγματοποίησε τις υψηλότερες διεθνείς δαπάνες τουρισμού στον κόσμο, δαπανώντας 236 δισ. Ευρώ (European Commission, 2020).

Όλα τα παραπάνω ήταν στοιχεία πριν τη πανδημία και το πόλεμο της Ουκρανίας. Η Κίνα με τη πανδημία περιόρισε σε μεγάλο βαθμό τους κατοίκους της και μέχρι και σήμερα τα ταξίδια των κινέζων είναι περιορισμένα, ενώ η Ρωσία έχει αποκλειστεί παγκοσμίως λόγω της επεκτατικής της πολιτικής και του πολέμου στην Ουκρανία. Η Βραζιλία συνεχίζει να αποτελεί πόλο έλξης τουριστών. Η πανδημία και ο πόλεμος στην Ουκρανία αλλάζει τα δεδομένα για το τουρισμό.

Η περιφέρεια με τον μεγαλύτερο δείκτη ανάπτυξης σε τουριστικές ροές και εισπράξεις ήταν η περιφέρεια της Ασίας-Ειρηνικού. Οι βασικοί οικονομικοί και τουριστικοί δείκτες της περιφέρειας της Ασίας-Ειρηνικού παρατίθενται παρακάτω. Δείκτης Ανάπτυξης σε τουριστικές αφίξεις +7% και σε εισπράξεις +7%, εισπράξεις 435 δισεκατομμύρια Δολάρια (30% του παγκόσμιου μεριδίου), αφίξεις 348 εκατομμύρια (25% του παγκόσμιου μεριδίου)

Οι λόγοι που κατατάσσουν την περιφέρεια της Ασίας-Ειρηνικού, πρώτη στον δείκτη ανάπτυξης είναι οι ακόλουθοι: α) Η αυξανόμενη αγοραστική δύναμη, η αυξημένη αεροπορική συνδεσιμότητα και οι συνεχείς βελτιώσεις των θεωρήσεων Visa συνέχισαν να αυξάνουν τα ταξίδια εντός και εκτός της περιοχής. β) Διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης είχαν οι κάτωθι χώρες της Ν. Ασίας: το Ιράν, το Νεπάλ, η Σρι Λάνκα και η Ινδία, γ) Η ανάπτυξη στη βορειοανατολική Ασία, στη μεγαλύτερη υπό-περιφέρεια στην Ασία, ήταν συνολική. Η Δημοκρατία της Ν. Κορέας, η οποία φιλοξένησε με επιτυχία τους Χειμερινούς Ολυμπιακούς του 2018 στην Pyeongchang, σημείωσε έντονη ανάκαμψη. Η Ιαπωνία, η οποία έχει γίνει ο τρίτος μεγαλύτερος προορισμός στην Ασία,



ξεπέρασε τα 30 εκατομμύρια στις αφίξεις τουριστών και εισέπραξε από τον τουρισμό 7 δισ. Δολάρια. Η Ιαπωνία φιλοξένησε το Παγκόσμιο Κύπελλο Ράγκμπι 2019 ενώ επίσης φιλοξένησε τους Θερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του 2020.

Η Περιοχή του Μεγάλου Κόλπου(Χονγκ Κονγκ-Μακάο-ΓκουάνΝτόνγκ) με το άνοιγμα της γέφυρας (Φεβρουάριος 2018)Χονγκ-Κονγκ-Ζουχάι-Μακάο, ενίσχυσε τη συνδεσιμότητα της. Στη Νοτιοανατολική Ασία, παρατηρήθηκε έντονη ανάπτυξη στους περισσότερους προορισμούς, ιδιαίτερα το Βιετνάμ. Η έξοδος από την Κίνα και την Ινδία οδήγησε στην ανάπτυξη πολλών προορισμών στην υπό-περιοχή. Η Ταϊλάνδη, ως ο μεγαλύτερος προορισμός της υπό-περιφέρειας είχε αυξήσεις περίπου 3 εκατομμυρίων σε αφίξεις και 6 δισεκατομμυρίων δολαρίων σε εισπράξεις (International Tourism Highlights, 2019)

Σε σχέση με την Ευρώπη και πάντα πριν τη πανδημία παρατηρήθηκε ότι αποτελεί τη περιφέρεια με το μερίδιο σε τουριστικές εισπράξεις και αφίξεις είναι η περιφέρεια της Ευρώπης. Οι βασικοί οικονομικοί και τουριστικοί δείκτες, της περιφέρειας της Ευρώπης παρατίθενται παρακάτω: α) Δείκτης Ανάπτυξης σε τουριστικές αφίξεις +5% και σε εισπράξεις +5%, β) Εισπράξεις 570 δισεκατομμύρια Δολάρια(39% του παγκόσμιου μεριδίου), γ) Αφίξεις 710 εκατομμύρια (51% του παγκόσμιου μεριδίου).

Οι λόγοι που η περιφέρεια της Ευρώπης, κατείχε το μεγαλύτερο μερίδιο σε τουριστικές εισπράξεις και αφίξεις είναι οι κάτωθι: α) Το 2018 ήταν το ένατο συνεχόμενο έτος ανάπτυξης στην Ευρώπη, την πιο επισκέψιμη περιοχή του κόσμου. Η Νότια και η Μεσογειακή Ευρώπη είχαν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα καθώς οι περισσότεροι προορισμοί είχαν διψήφια ανάπτυξη. Μεταξύ των μεγαλύτερων προορισμών, η Ιταλία, η Ελλάδα, η Πορτογαλία και η Κροατία είχαν τη μεγαλύτερη ανάπτυξη. Η Τουρκία, συνέχισε την ισχυρή της ανάκαμψη, υποστηριζόμενη από μια ισοτιμία ευνοϊκής σημασίας. Η Ισπανία, παρέμεινε ο πιο δημοφιλής προορισμός της υπό-περιφέρειας, καταγράφοντας αύξηση στις τουριστικές εισπράξεις και αφίξεις το 2018.

Οι εισπράξεις και οι αφίξεις στους προορισμούς της Κεντρικής και

Ανατολικής Ευρώπης αυξήθηκαν σε συνάρτηση με τον μέσο όρο αύξησης της Ευρώπης. Η διευκόλυνση των αδειών VISA, οδήγησε στην αύξηση των Κινέζων τουριστών σε ορισμένους προορισμούς. Επίσης, η Ρωσική Ομοσπονδία φιλοξένησε το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA το 2018 με συνέπεια να καταγράψει διψήφια αύξηση στις διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό. Θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης παρουσίασε το Βέλγιο αλλά και η Ολλανδία. Η Βόρεια Ευρώπη παρέμεινε σε σταθερή ανάπτυξη, με μικτές επιδόσεις στους προορισμούς (UNWTO, 2019)

### **3.2 Η επίδραση της πανδημίας στο διεθνή τουρισμό**

Το ξέσπασμα της πανδημίας του κορωνοϊού (πανδημία COVID-19) άλλαξε την κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα παγκοσμίως. Το πρώτο κρούσμα του νέου κορωνοϊού είχε εντοπιστεί τον Δεκέμβριο του 2019 στη Γουχάν της ηπειρωτικής Κίνας και ακολούθησε μια παγκόσμια έκτακτη ανάγκη για τη δημόσια υγεία, όπου έπρεπε να ληφθούν μέτρα πολιτικής κατά της εξάπλωσης και των επιπτώσεων του νέου κορωνοϊού (STATISTA, 2021). Αυτή η ταχεία εξάπλωση του ιού παγκοσμίως οδήγησε επίσης σε σημαντική μείωση όλων των παγκόσμιων τουριστικών τάσεων (Vourdoubas 2020).

Ο τουρισμός θεωρείται ένας από τους πιο κερδοφόρους και ταχέως αναπτυσσόμενους κλάδους παγκοσμίως. Ο τουρισμός σε μια χώρα σχετίζεται, άμεσα και έμμεσα, με πολλούς τομείς της οικονομίας της, επομένως η τουριστική ανάπτυξη έχει σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Η τουριστική βιομηχανία παίζει καθοριστικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη κάθε χώρας. Για πολλές χώρες, θεωρείται στρατηγική βιομηχανία για τις οικονομίες τους, δεδομένης της σημαντικής συμβολής του στο τοπικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Ωστόσο, ήταν επίσης ένας από τους τομείς της οικονομίας που επλήγησαν περισσότερο από την πανδημία COVID-19, λόγω των μέτρων πρόληψης που επιβλήθηκαν για τον έλεγχο της εξάπλωσης του νέου κορωνοϊού, που περιόριζε τα ταξίδια. Η ζημιά στην τουριστική βιομηχανία είναι μεγάλης σημασίας, λόγω του ζωτικού ρόλου που

διαδραματίζει ο τουριστικός τομέας στην οικονομική ανάπτυξη πολλών χωρών και της συμβολής του στο ΑΕΠ τους (Mourby, 2020; Georgiopoulos, 2020).

Το ξέσπασμα του COVID-19 οδήγησε σε εκατομμύρια επιβεβαιωμένα κρούσματα και θανάτους σε όλο τον κόσμο και έχει επηρεάσει ανθρώπους, κοινότητες, εταιρείες και οργανισμούς παγκοσμίως. Αυτό οδήγησε σε φόβους για μια επικείμενη κρίση στην παγκόσμια οικονομία. Η τουριστική βιομηχανία υπέστη ένα από τα πιο ισχυρά πλήγματα, με συνέπειες τόσο στην προσφορά όσο και στη ζήτηση. Μέχρι τον Απρίλιο του 2020, η πλειονότητα όλων των παγκόσμιων τουριστικών προορισμών είχε εφαρμόσει ταξιδιωτικούς περιορισμούς (Lichrouetal., 2017). Μέχρι το πρώτο τρίμηνο του 2021, τα μέτρα που εφαρμόστηκαν σε κάθε χώρα είχαν μειώσει τον αριθμό των διεθνών αφίξεων τουριστών κατά 567 εκατομμύρια.

Σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2019 αυτή η πτώση είχε ως αποτέλεσμα απώλεια περίπου 280 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ σε έσοδα από τον τουρισμό (Mourby, 2020; Lichrou, 2017). Ως αποτέλεσμα της πανδημίας COVID-19, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού ανακοίνωσε ότι εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον παγκόσμιο τουριστικό τομέα ενδέχεται να διατρέχουν κίνδυνο. Στην Ευρώπη, η Ευρωπαϊκή Συμμαχία Τουρισμού, είχε ζητήσει την εφαρμογή μέτρων ανακούφισης, όπως κρατική βοήθεια για τον τουρισμό και τον ταξιδιωτικό τομέα, καθώς και κεφάλαια από την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω της Επενδυτικής Πρωτοβουλίας CoronaResponse (Georgiopoulos, 2020). Ωστόσο, θα χρειαζόταν επίσης πιο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός για την αναδιοργάνωση και την αναζωογόνηση της παγκόσμιας οικονομίας μετά την πανδημία COVID-19. Οι Škare, Soriano και Porada-Rochó (2021), εκτίμησαν τον αρνητικό αντίκτυπο του COVID-19 πανδημίας στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία με δεδομένα από το 1995 έως το 2019 σε 185 χώρες και δυναμική μοντελοποίηση συστήματος (αναφορά σε παραμέτρους που συνδέονται με τον COVID-19). Οι προηγούμενες πανδημίες εξέθεσαν επίσης τον τουριστικό τομέα σε μεγάλες δυσμενείς κρίσεις. Όταν αυτά σταμάτησαν, που σημαίνει ότι δεν υπήρχαν άλλα κρούσματα μόλυνσης, οι αφίξεις τουριστών επέστρεψαν στα φυσιολογικά επίπεδα σχεδόν αμέσως.

Ωστόσο, η πανδημία COVID-19 είναι διαφορετική από αυτή την άποψη. Η ανάκαμψη της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας αναμένεται να πάρει πολύ περισσότερο χρόνο λόγω της τεράστιας μείωσης των αφίξεων τουρισμού. Σίγουρα θα απαιτηθεί συντονισμένη και καλά οργανωμένη απάντηση ιδιωτικής και δημόσιας πολιτικής για τη διατήρηση του τουριστικού τομέα στα προ της πανδημίας επίπεδα του COVID-19.

Ως αποτέλεσμα των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 στον παγκόσμιο τουρισμό, οι παραδοσιακές προβλέψεις για την τουριστική ζήτηση έχουν ξεπεραστεί. Η πρόβλεψη των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 στον τουριστικό τομέα, καθώς και η αποτελεσματικότητα των κυβερνητικών μέτρων για την υποβοήθηση της ανάκαμψής του είναι απαραίτητη και μπορεί να προσφέρει καλύτερη εικόνα για τη λήψη αποφάσεων.

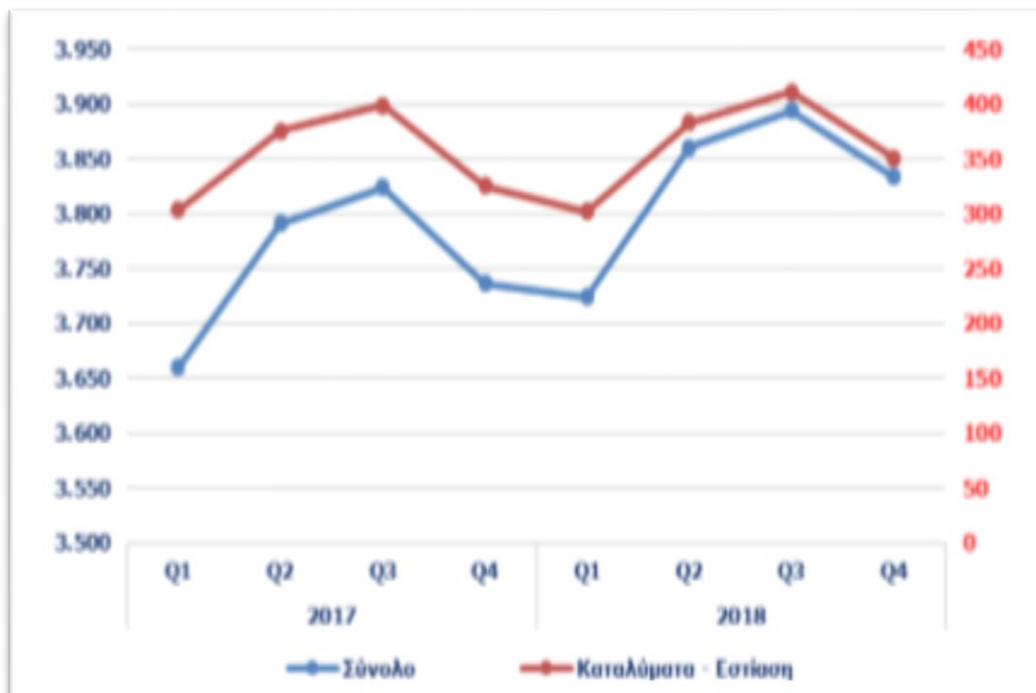
Ο Niewiadomski (2020), προτείνει ότι το ξέσπασμα του COVID-19, με την προσωρινή από παγκοσμιοποίηση που έχει προκαλέσει λόγω των περιορισμών στα διεθνή ταξίδια, ήταν η πρώτη μεγάλη δύναμη που έβαλε σε αναμονή την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Αυτό παρουσιάζεται ως μια μοναδική ευκαιρία για τη μετα πανδημική τουριστική βιομηχανία να ξαναβρεί τον εαυτό της, σύμφωνα με τις γραμμές της οικονομικής ισότητας, της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και της βιώσιμης ανάπτυξης και μακριά από την εκτεταμένη οικονομική εκμετάλλευση, την υποβάθμιση του περιβάλλοντος και τον υπερπληθυσμό. Ωστόσο, ο μετασχηματισμός της τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να επιτευχθεί μόνο μετά το τέλος της πανδημίας COVID-19. Ο Sigala (2020) αναφέρει ότι η πανδημία COVID-19 όχι μόνο διαφέρει από άλλες κρίσεις στο παρελθόν, αλλά ότι μπορεί επίσης να έχει μια βαθιά και μακροπρόθεσμη δομική επίδραση στον τουρισμό ως δραστηριότητα και βιομηχανία. Ο Mair (2020) θεωρεί επίσης την πανδημία του COVID-19 ως μια ευκαιρία μετασχηματισμού, ενώ ο McKinsey (2020) προτείνει ότι η τουριστική βιομηχανία δεν θα πρέπει μόνο να στοχεύει στην ανάκαμψη από την κρίση του COVID-19, αλλά και να επαναπροσδιορίζεται και να μεταρρυθμίζεται όταν υπάρχει οικονομική και κοινωνική σταθερότητα έχει επιτευχθεί (Sneader et al., 2020)

### **3.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα**

#### **3.3.1 Εξέλιξη και πορεία Ελληνικού τουρισμού τα χρόνια πριν τη πανδημία**

Ο τουριστικός κλάδος αποτελούσε πάντα πηγή εσόδων, βιωσιμότητας και ανάπτυξης για την Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα για τις πόλεις της περιφέρειας, ειδικότερα για τις νησιωτικές περιοχές, σταδιακά και μέσα στα χρόνια και οι άλλες περιοχές της Ελλάδος, αυτές που βασιζόνταν κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, άρχισαν να προσελκύουν τουρίστες όλο το χρόνο, με αποτέλεσμα, να βοηθηθούν αναπτυξιακά να αυξήσουν τα έσοδα τους, στηρίζοντας με αυτό τον τρόπο η κάθε μια από αυτές τους κατοίκους τους, βελτιώνοντας τον τρόπο ζωής τους, εξασφαλίζοντας ένα καλύτερο μέλλον για τις νεότερες γενεές (Katemiadis&Papatheodorou,2021). Με βάση στοιχεία του ΣΕΤΕ και αναφορικά για τη περίοδο πριν τη πανδημία χρονολογικά η αναφορά γίνεται τη περίοδο 2018-2019, το ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ανήλθε στο 30,9%. Ο τουρισμός δεδομένης της δυναμικής του, στην ελληνική οικονομία ενισχύει σημαντικά ζητήματα για την Ελλάδα, όπως είναι η στήριξη της ευρύτερης στρατηγικής για την ευρύτερη καταπολέμηση της ανεργίας.

Ο κλάδος των καταλυμάτων και της εστίασης καλύπτει σήμερα το 16,7 του συνολικού ποσοστού απασχόλησης καλύπτοντας συνολικά 650.000 θέσεις εργασίας βοηθώντας όπως αναφέρθηκε σε μεγάλο βαθμό στη καταπολέμηση της ανεργίας. Το πρόβλημα είναι ότι ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από εποχικότητα με αποτέλεσμα σε κάποιες περιόδους να είναι προσωρινή η μείωση της ανεργίας και να παρουσιάζει αυξομειώσεις. Ανεξάρτητα με την εποχικότητα η συνολική απασχόληση στο τουρισμού η οποία αναφέρεται επί συνόλου στην ελληνική οικονομία και στη συνολική ανεργία της χώρας, ο τουρισμός καλύπτει το 37,2% και σε κάποιες περιόδους ακόμα και το 44,2% του συνόλου, μειώνοντας αισθητά την ανεργία ανοίγοντας συνεχώς νέες θέσεις εργασίας (Mamatzanis,Pegkas&Staikouras, 2022)(Βλέπε γράφημα 3.4)



**Γράφημα 3-4: Απασχόληση στο κλάδο του τουρισμού τη περίοδο 2017-2018**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ.(2019)

Στον Πίνακα 3.3 επίσης γίνεται αναφορά σε θέματα απασχόλησης με βάση το ΑΕΠ της Ελλάδας

**Πίνακας 3-4: Ποσοστά απασχόλησης με συνυπολογισμό του ΑΕΠ**

	2017				2018			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.659	3.791	3.824	3.736	3.724	3.860	3.894	3.834
% Μεταβολή	1.8%		1.8%		1.8%		2.6%	
Καταλύματα-Εστίαση	303	375	399	325	302	383	411	351
% Μεταβολή	-0.5%		2.1%		3.1%		7.9%	

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ.(2019)

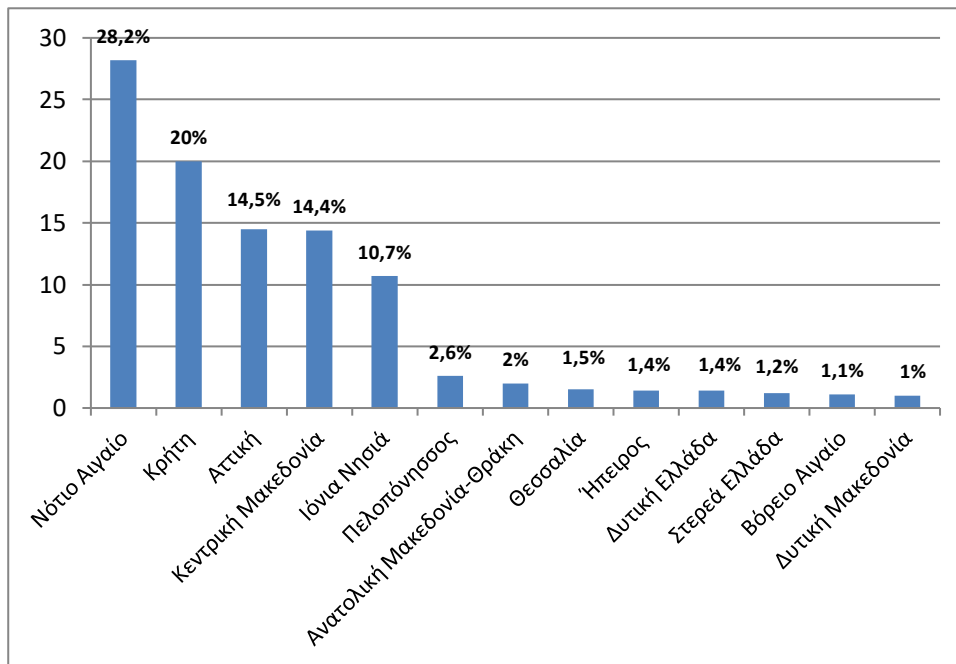
Αναφορικά με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις του 2018 αυτές σημείωσαν άνοδο φτάνοντας στα 15.864 εκατ. ευρώ. Συγκεκριμένα οι ταξιδιωτικές εισπράξεις παρουσίασαν αύξηση κατά 11,7% έναντι του 2017 και των αντίστοιχων εισπράξεων για το τουρισμό στην Ελλάδα. Η παρούσα αύξηση ήταν απόρροια της αύξησης των εισερχόμενων τουριστών κατά 11,6% από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και την αύξηση των τουριστών εκτός Ε.Ε η οποία έφτασε το 16,5% (ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ,2019).Στον Πίνακα 3.4 γίνεται αναφορά σχετικά με τις εισπράξεις σε εκατομμύρια ευρώ που παρουσίασε η Ελλάδα τη περίοδο πριν τη πανδημία το 2017-2018

**Πίνακας 3-5: Εισπράξεις σε εκατομμύρια ευρώ**

	Αφίξεις		Έσοδα	
	2017	2018	2017	2018
Ιαν	520.436	603.474	156.745.700	152.047.087
Φεβ	444.404	484.123	134.220.234	151.205.279
Μαρ	627.577	708.169	190.160.000	246.454.499
Απρ	1.009.699	1.106.808	455.766.000	463.016.875
Μαι	1.982.124	2.449.690	1.043.583.000	1.427.889.000
Ιουν	3.356.286	4.103.702	1.949.939.000	2.271.114.311
Ιούλ	5.141.621	5.539.244	2.881.923.000	3.309.532.000
Αυγ	5.813.441	6.093.067	3.489.988.000	3.541.725.670
Σεπ	4.639.734	4.868.855	2.364.914.000	2.374.119.000
Οκτ	2.355.849	2.722.457	1.128.518.000	1.347.860.000
Νοε	740.535	786.222	218.929.000	315.670.000
Δεκ	562.475	656.978	187.854.000	263.704.354
Σύνολο	27.194.181	30.122.789	14.202.539.934	15.864.338.075
Μεταβολή		10,8%		11,7%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ.(2019)

Σημαντική θετική εξέλιξη μέσα στη χρονική περίοδο 2017-2018 ήταν ο διαμοιρασμός του εισοδήματος σε διάφορες περιφέρειες της χώρας λόγω της διασποράς των τουριστών και την ενίσχυση του εξερχόμενου τουρισμού συνδυαστικά με τον εισερχόμενο σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδος



**Γράφημα 3-5: Κατανομή εισπράξεων ανά περιφέρεια 2018-2019**

Πηγή: ΣΕΤΕ.(2019)

Αναφορικά με τις αφίξεις, το 2019 υπήρχε επίσης αύξηση σε σχέση με το 2018. Συγκεκριμένα μέσα στο 2019 σημειώθηκαν συνολικά 33,8 εκατομμύρια αφίξεις στην Ελλάδα, αριθμός που αποτέλεσε βάση για βελτίωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας, η οποία βγαίνοντας από τη κρίση και τα μνημόνια αρκετά χρόνια πριν, ήθελε να σταθεροποιήσει την οικονομία της και γενικά να μπορέσει να τοποθετηθεί ανταγωνιστικά στη διεθνή αγορά. Στη συνέχεια η πανδημία επηρέασε τη παρούσα προσδοκία αυτό θα αναλυθεί παρακάτω, για να γίνει αντιληπτό το πώς η παρούσα κρίση επηρέασε την ελληνική οικονομία. Στη διαμόρφωση αυτής της κατάστασης συνέβαλε η αύξηση των Διεθνών Αεροπορικών και των οδικών αφίξεων, οι πρώτες έφτασαν μέσα στο 2019 στις 24 εκατομμύρια αφίξεις, οι οποίες ήταν περισσότερες κατά 3,5% σε σχέση με το 2018. Οι οδικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 12 εκατομμύρια όντας μειωμένες κατά 0,9% σε σχέση με το 2018, η μείωση αυτή ήταν μικρή και δεν επηρέασε τη τουριστική ανάπτυξη της χώρας, τη συγκεκριμένη περίοδο.



Με βάση μελέτη του ΣΕΤΕ αναφορικά με τον εισερχόμενο τουρισμό το 2018 οι περισσότερες αφίξεις σε ποσοστό ίσο με 68%, ενώ ακολούθησαν οι οδικές αφίξεις με 29% και οι θαλάσσιες με 3%. Οι αεροπορικές αφίξεις για τη περίοδο 2018-2019 έγιναν σε μεγάλο βαθμό μεταξύ των μηνών Ιούνιος-Σεπτέμβριος ενώ σε κάποιες περιοχές της Ελλάδας εστιάστηκαν κυρίως στους 6-7 μήνες του χειμώνα, όπως παρατηρήθηκε στις περιοχές της Καβάλας και της Ζακύνθου. Σε γενικές γραμμές όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ένα από τα βασικά προβλήματα της Ελλάδας είναι η εποχικότητα. Στον Πίνακα 3.5 γίνεται αναφορά στις Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις 2018-2019, προκειμένου να δοθεί μια εικόνα της κατανομής των εξερχόμενων τουριστών στο σύνολο της χώρας.

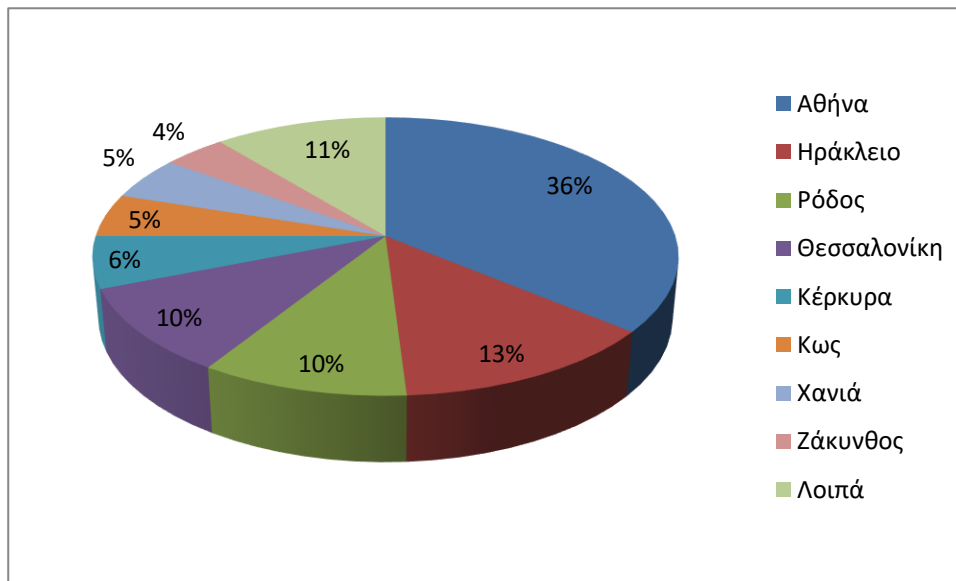
**Πίνακας 3-6: Διεθνείς Αεροπορικές αφίξεις 2018-2019**

<b>Αεροδρόμιο</b>	<b>Επιβάτες 2018</b>	<b>Επιβάτες 2019</b>	<b>Διαφορά 2018-2019</b>	<b>% Διαφορά 2018-2019</b>
Αθήνα	8.121.761	8.810.593	688.832	8,5%
Ηράκλειο	3.319.250	3.256.490	-62.760	-1,9%
Ρόδος	2.361.355	2.365.520	4.165	0,2%
Θεσσαλονίκη	2.157.358	2.307.587	150.229	7,0%
Κέρκυρα	1.505.234	1.463.288	-41.946	-2,8%
Κως	1.195.007	1.196.217	1.210	0,1%
Χανιά	1.179.571	1.156.644	-22.927	-1,9%
Ζάκυνθος	853.302	858.059	4.757	0,6%
Σαντορίνη	523.388	529.658	6.270	1,2%
Μύκονος	437.471	493.209	55.738	12,7%

Κεφαλονιά	328.995	334.336	5.341	1,6%
Άκτιο	282.463	303.641	21.178	7,5%
Σκιάθος	192.860	192.791	-69	-0,0%
Καλαμάτα	125.750	151.807	26.057	20,7%
Σάμος	144.633	147.591	2.958	2,0%
Καβάλα	166.503	128.247	-38.256	-23,0%
Κάρπαθος	90.554	97.805	7.251	8,0%
Άραξος	89.555	83.180	-6.375	-7,1%
Μυτιλήνη	65.814	66.563	749	1,1%
Αγχιάλος	20.736	23.742	3.006	14,5%
Ιωάννινα	9.779	14.699	4.920	50,3%
Λήμνος	8.447	9.587	1.140	13,5%
Σκύρος	1.975	3.075	1.100	55,7%
Χίος	2.449	797	-1.652	-67,5%
Αλεξανδρούπολη	1.156	39	1.117	-96,6%
ΣΥΝΟΛΟ	23.185.366	23.995.165	809.799	3,5%

Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ και Fraport Greece.(2019)

Στο Γράφημα 3.6 γίνεται αναφορά στο μερίδιο αγοράς των αεροδρομίων για το 2019 αναφορικά με τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις



**Γράφημα 3-6: Αφίξεις στους αερολιμένες της Ελλάδος**

Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ και FraportGreece.(2019)

Με βάση τα παραπάνω γραφήματα και αναφορικά με το διάστημα 2018-2019 οι αφίξεις στον αερολιμένα των Αθηνών αυξήθηκαν κατά 8,5%. Ο Διεθνής Κρατικός Αερολιμένας της Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» βρίσκεται στη τέταρτη θέση μετά τον Αερολιμένα των Αθηνών, του Ηρακλείου και της Ρόδου έχοντας να καταδείξει 2.307.587 αφίξεις αυξημένες κατά 7% σε σχέση με το προηγούμενο χρόνο. Η αύξηση σημειώνεται κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες ενώ τους άλλους μήνες οι αφίξεις είναι γενικά σταθερές. Το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης λόγω του εσωτερικού τουρισμού, παρουσιάζει αύξηση αφίξεων τους χειμερινούς και τους μήνες της άνοιξης όπως συμβαίνει με το μήνα Φεβρουάριο, όπου το διάστημα 2018-2019 παρουσίασε αύξηση 45%. Ο Αερολιμένας της Καβάλας, παρουσιάζει έντονη εποχικότητα με τις αφίξεις του ειδικά το 2019 να είναι μειωμένες κατά 23% σε σχέση με το 2018 (ΥΠΑ, ΔΑΑ και Fraport Greece, 2019). Στον Πίνακα 3.6 γίνεται παράθεση των αεροπορικών αφίξεων εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια της Ελλάδας, συγκεκριμένα για το χρονικό διάστημα 2018-2019.

**Πίνακας 3-7: Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού στα βασικά αεροδρόμια 2018-2019**

<b>Αεροδρόμιο</b>	<b>Επιβάτες 2018</b>	<b>Επιβάτες 2019</b>	<b>Διαφορά 2018-2019</b>	<b>% Διαφορά 2018-2019</b>
Αθήνα	3.700.918	3.731.246	30.328	0,8%
Ηράκλειο	616.451	600.636	-15.815	-2,6%
Ρόδος	384.223	373.325	-10.898	-2,8%
Θεσσαλονίκη	1.054.326	987.553	-66.773	-6,3%
Κέρκυρα	154.092	155.722	1.630	1,1%
Κως	121.917	128.794	6.877	5,6%
Χανιά	293.763	306.176	12.413	4,2%
Ζάκυνθος	41.800	44.214	2.414	5,8%
Σαντορίνη	545.222	571.969	26.747	4,9%
Πάρος	90.904	101.711	10.807	11,9%
Μύκονος	243.469	251.510	8.041	3,3%
Κεφαλονιά	43.285	45.301	2.016	4,7%
Άκτιο	4.660	5.061	401	8,6%
Σκιάθος	21.263	26.115	4.852	22,8%
Καλαμάτα	10.576	11.268	692	6,5%
Σάμος	72.981	80.465	7.484	10,3%
Καβάλα	33.803	31.222	-2.581	-7,6%

Κάρπαθος	30.014	29.288	-726	-2,4%
Μυτιλήνη	153.279	163.639	10.360	6,8%
ΣΥΝΟΛΟ	7.616.948	7.644.942	27.994	0,4%

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (2019)

Αναφορικά με τις οδικές αφίξεις και με βάση το Πίνακα 3.7, καταγράφηκαν για το 2019 11,7 εκατομμύρια εισερχόμενοι τουρίστες, από διάφορα μέρη του κόσμου. Οι οδικές αφίξεις παρουσιάζουν εποχικότητα με τους καλοκαιρινούς μήνες να παρουσιάζουν και πάλι μεταξύ εισροή τουριστών. Οι περισσότερες αφίξεις παρουσιάζονται στα χερσαία σύνορα του Προμαχώνα και της Νυμφαίας με 3.605.233 και 1.577.661 αφίξεις εκατομμυρίων τουριστών.

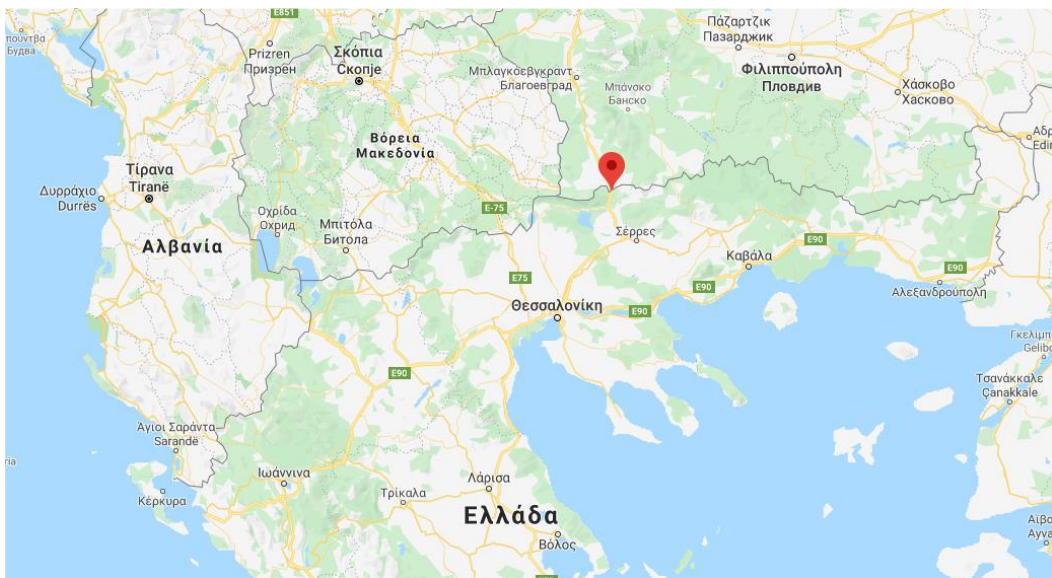
#### Πίνακας 3-8: Οδικές αφίξεις 2018-2019

Πύλη Εισόδου	2018	2019	Διαφορά 2018-2019	% Διαφορά 2018-2019
Νυμφαία	1.579.194	1.577.661	-1.533	-0,1%
Νίκη	322.395	373.685	51.290	15,9%
Κρυσταλλοπηγή	795.480	787.032	-8.448	-1,1%
Άγιος Κων/νος	67.591	82.755	15.164	22,4%
Ορμένιο	258.130	253.988	-4.142	-1,6%
Κυπρίνος	74.990	76.137	1.147	1,5%
Καστανιές	214.005	238.162	24.157	11,3%
Κήποι	733.622	783.659	50.037	6,8%

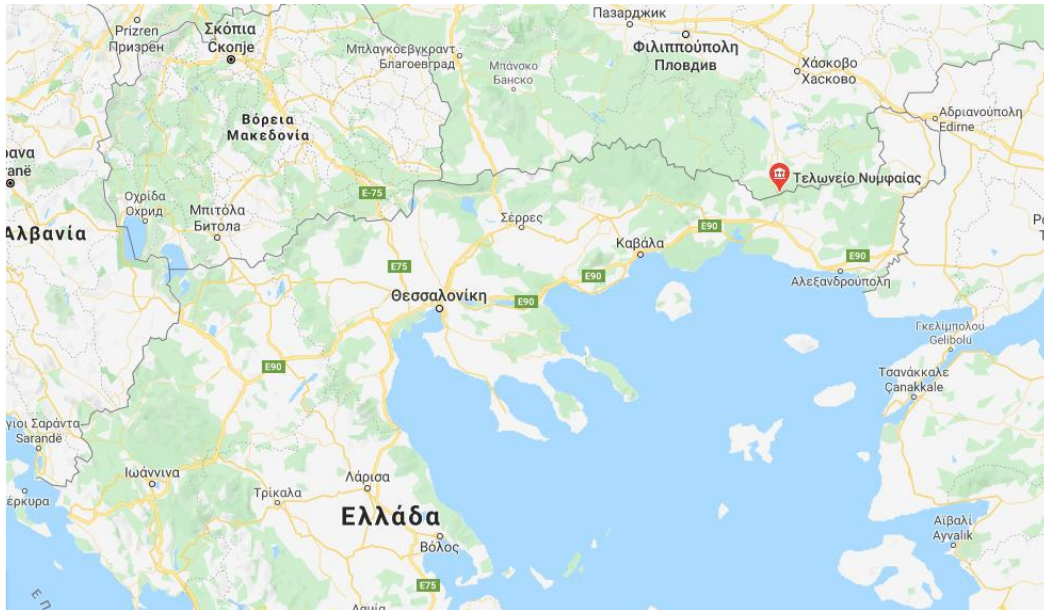
Δοϊράνη	345.262	398.887	53.625	15,5%
Εύζωνοι	2.880.621	2.358.343	-522.278	-18,1%
Κακαβιά	710.409	723.123	12.714	1,8%
Μέρτζανη	26.479	26.597	118	0,4%
Εξοχή	281.319	213.119	-68.200	-24,2%
Προμαχώνας	3.314.599	3.605.233	290.634	8,8%
Σαγιάδα	260.866	256.043	-4.823	-1,8%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11.864.962</b>	<b>11.754.424</b>	<b>-110.538</b>	<b>-0,9%</b>

Πηγή: Μεθοριακοί Σταθμοί- Επεξεργασία INSETE Intelligence

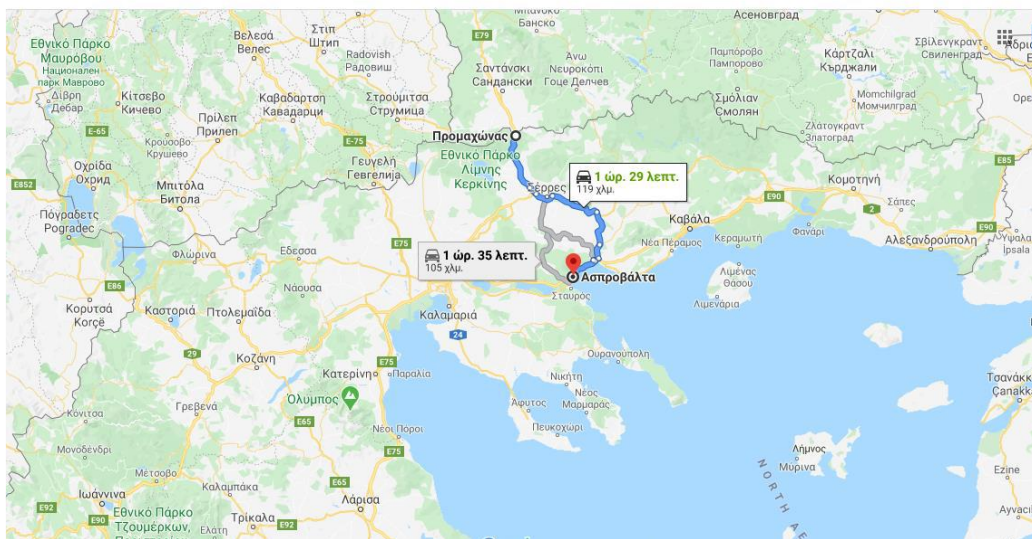
Στους χάρτες που ακολουθούν γίνεται παρουσίαση των σημείων εισόδου των τουριστών, μέσω των οδικών σημείων αναφοράς, δηλαδή των τελωνειακών σταθμών(βλέπε Εικόνες 3.1-3.4)



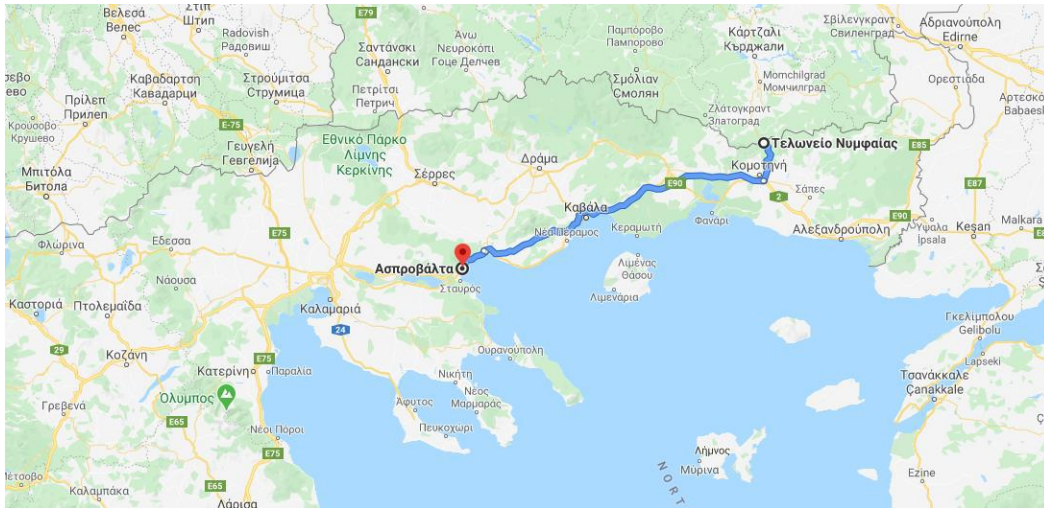
**Εικόνα 3-1: Τελωνειακός Σταθμός Προμαχώνας**



**Εικόνα 3-2: Τελωνειακός Σταθμός Νυμφαίας**



**Εικόνα 3-3: Χιλιομετρική απόσταση μεταξύ τελωνειακού σταθμού Προμαχώνα – Ασπροβάλτας**



**Εικόνα 3-4: Χιλιομετρική απόσταση μεταξύ τελωνειακού σταθμού Νυμφαίας-Ασπροβάλλας**

### **3.3.2 Κύκλος εργασιών λόγω της πανδημίας**

Το 2019, περισσότεροι από 30 εκατομμύρια τουρίστες έφτασαν στην Ελλάδα, οδηγώντας σε 18,2 δισεκατομμύρια ευρώ από διεθνείς τουριστικές εισπράξεις. Οι προβλέψεις για το 2020 έμοιαζαν ακόμη πιο θετικές μέχρι την εμφάνιση του COVID-19 στη χώρα. Ως αποτέλεσμα της κρίσης του COVID-19, η ελληνική τουριστική αγορά κατέρρευσε μαζί με όλες τις άλλες τουριστικές αγορές στην Ευρώπη και τον κόσμο. Βασιζόμενος σε πληροφορίες για διεθνείς προκρατήσεις ευρωπαϊκών προορισμών, ο Παπανίκος (Papanikos, 2020) δημιούργησε τρία σενάρια σχετικά με τις επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον ελληνικό τουρισμό.

Στην καλύτερη περίπτωση, η συνεισφορά του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ θα μειωνόταν από 16% σε 6,6%, με αποτέλεσμα ζημιά 16,8 δισ. ευρώ, ενώ στο χειρότερο σενάριο, η συμβολή του ελληνικού τουρισμού θα μειωνόταν κατά 13,9% με την απώλεια παραγωγής να ανέρχεται σε στα 19,2 δισ. ευρώ. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις του ελληνικού τουρισμού είναι εκτεταμένος, με τις συνέπειες στο ΑΕΠ σε πρωτοφανή κλίμακα ακόμη και σε σύγκριση με την οικονομική κρίση που έπληξε την ελληνική οικονομία, την προηγούμενη



δεκαετία.

Οι εταιρείες που διέκοψαν προσωρινά τη δραστηριότητά τους τον Μάρτιο του 2020, με απόφαση της ελληνικής κυβέρνησης, ανήλθαν σε 219283 επιχειρήσεις, αντιπροσωπεύοντας το 15,1% του συνόλου των επιχειρήσεων της ελληνικής οικονομίας. Αυτός ο αριθμός περιελάμβανε περίπου το 89,9% των επιχειρήσεων στον τομέα της Εκπαίδευσης και περίπου το 84,4% των επιχειρήσεων στον τομέα των Υπηρεσιών Διαμονής και Τροφίμων (Ελ. Στατ., 2020,2021). Για τις οικονομικές δραστηριότητες, χρησιμοποιείται η ευρωπαϊκή στατιστική ταξινόμηση οικονομικών δραστηριοτήτων NACE 2 (σημ. ότι η συντομογραφία NACE προέρχεται από τις λέξεις *Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne*).

Οι δραστηριότητες των υπηρεσιών διαμονής και τροφίμων περιλαμβάνουν τους κωδικούς NACE 55 και 56. Ο κωδικός NACE 55 περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως: 55.10 Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα 55.20 Διαμονή για διακοπές και άλλα καταλύματα βραχείας διαμονής 55.30 χώροι κατασκήνωσης, εγκαταστάσεις για οχήματα αναψυχής και ρυμουλκούμενα οχήματα 55,90 Άλλα καταλύματα Ο κωδικός NACE 56 περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως: 56.10 Δραστηριότητες υπηρεσιών εστιατορίου και κινητής εστίασης 56.2 Υπηρεσίες εστίασης για εκδηλώσεις και άλλες δραστηριότητες υπηρεσιών εστιατορίου 56.30 Δραστηριότητες προμήθειας ποτών. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, είναι βέβαιο ότι οι επιπτώσεις στον τουρισμό θα συνεχίσουν να παραμένουν και να ασκούν μεγάλη πίεση στην οικονομία της Ελλάδας.

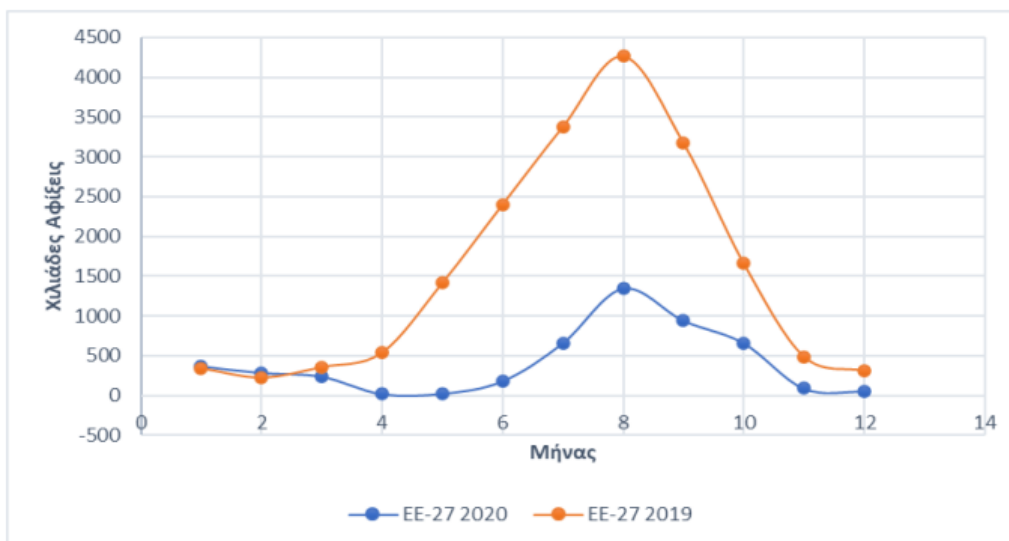
**Πίνακας 3-9: Τζίρος ξενοδοχείων ανά κατηγορία 2019-2021**

Κατηγορία	2021	2020	2019	Δ% 2021/2019
5*	2.818.859.461	719.325.978	3.078.526.796	-8,4%
4*	1.518.041.332	637.844.486	2.800.143.924	-45,8%
3*	696.926.812	240.625.973	1.376.721.079	-49,4%
2*	377.727.285	176.388.840	1.024.975.981	-63,1%
1*	69.591.892	57.168.669	136.952.568	-49,2%
<b>Σύνολο</b>	<b>5.480.846.782</b>	<b>1.831.353.945</b>	<b>8.417.320.348</b>	<b>-34,9%</b>

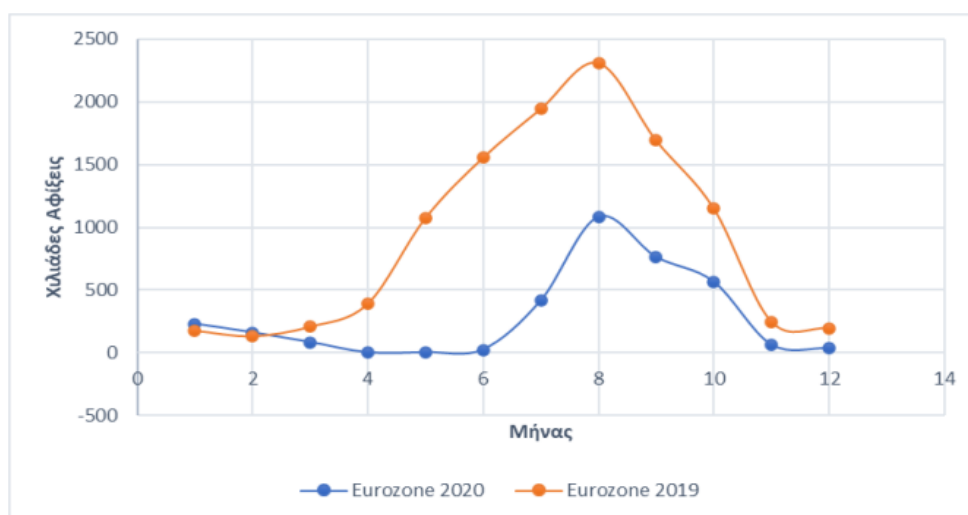
Πηγή: ΙΤΕΠ, 2022, Οι Επιδόσεις των Ελληνικών ξενοδοχείων το 2021

### 3.3.3 Η κατάσταση του τουρισμού τη περίοδο της πανδημίας

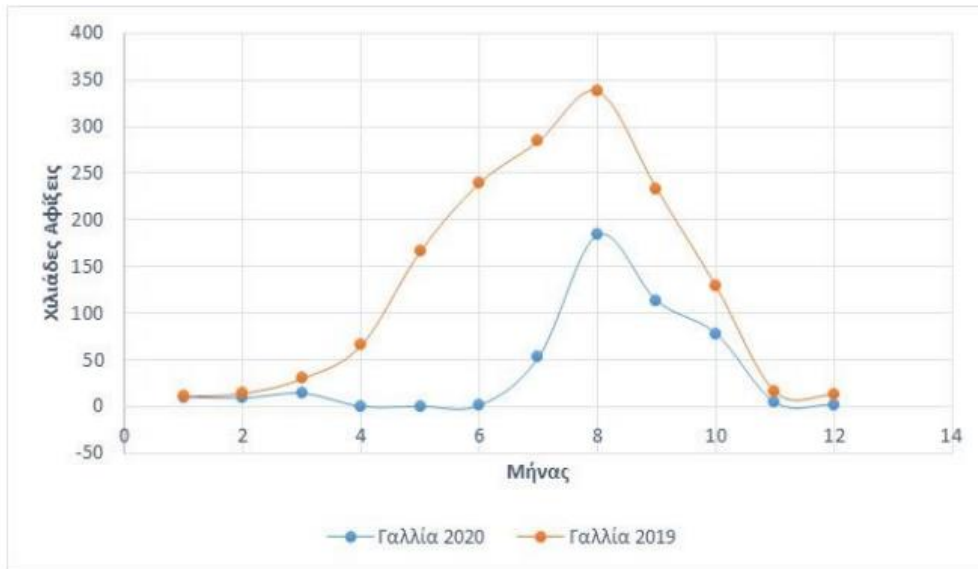
Το 2020 υπήρξε μια μείωση στα εισερχόμενα ταξίδια κατά -76,5% η οποία αριθμητικά σήμαινε 7375 ταξιδιώτες, έναντι 31348 χιλιάδων ταξιδιωτών το 2019. Η ταξιδιωτική κίνηση από τις 27 χώρες της Ε.Ε ανήλθε σε 4889 παρουσιάζοντας μείωση κατά -73,6% συγκριτικά με το 2019, ενώ και τα ταξίδια από τις χώρες εκτός ΕΕ μειώθηκαν κατά -80,6% σε αριθμό εισήλθαν στη χώρα μόλις 2485 χιλιάδες τουρίστες. Τα ταξίδια στις χώρες της Ευρωζώνης μειώθηκαν κατά -68,9% ενώ τα ταξίδια εκτός ευρωζώνης μειώθηκαν κατά -80,7%. Στα γραφήματα που ακολουθούν γίνεται αναφορά σε συγκεκριμένες χώρες οι οποίες παραδοσιακά αποτελούν χώρες υποδοχής τουριστών.



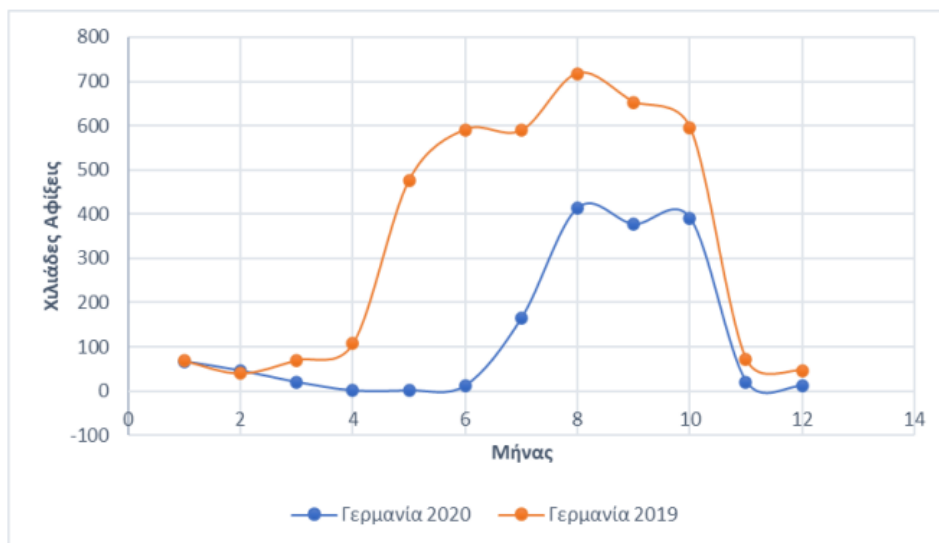
**Γράφημα 3-7: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες της ΕΕ**



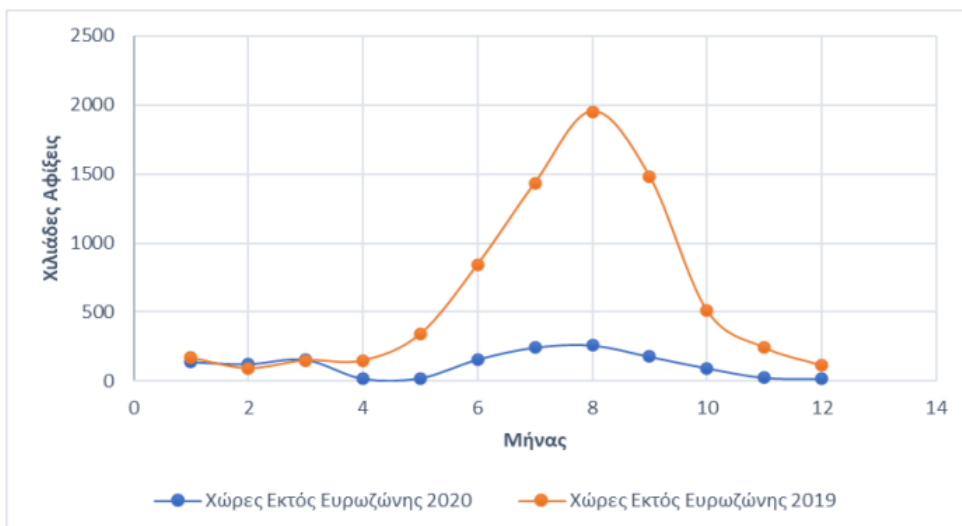
**Γράφημα 3-8: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες της Ευρωζώνης**



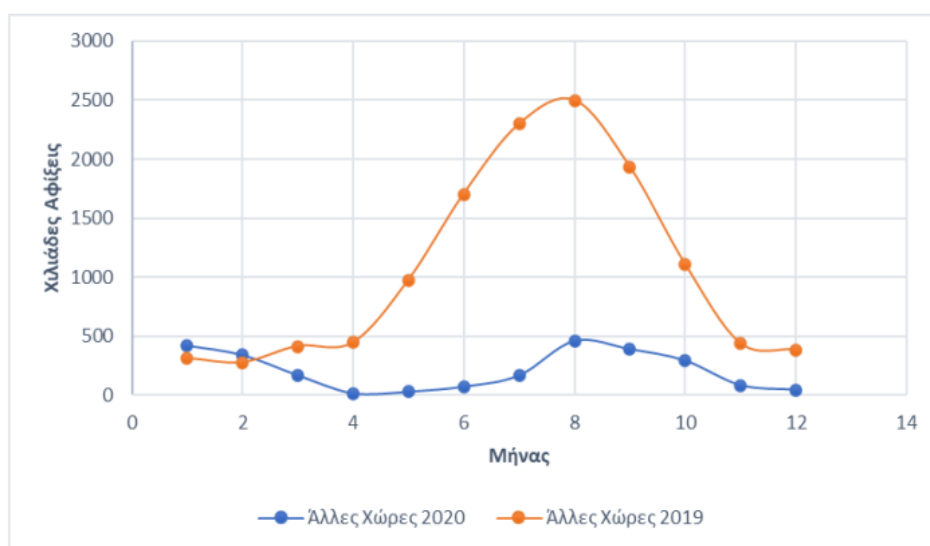
**Γράφημα 3-9: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Γαλλία**



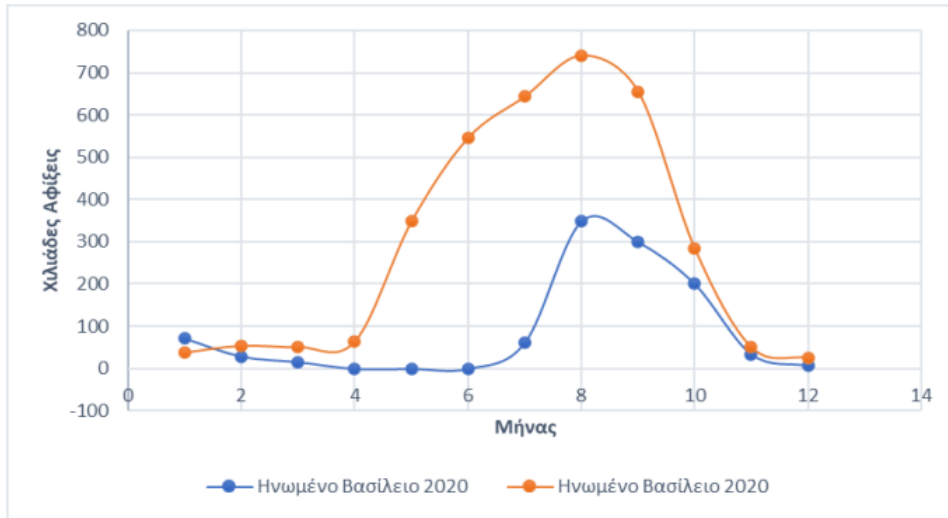
**Γράφημα 3-10: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Γερμανία**



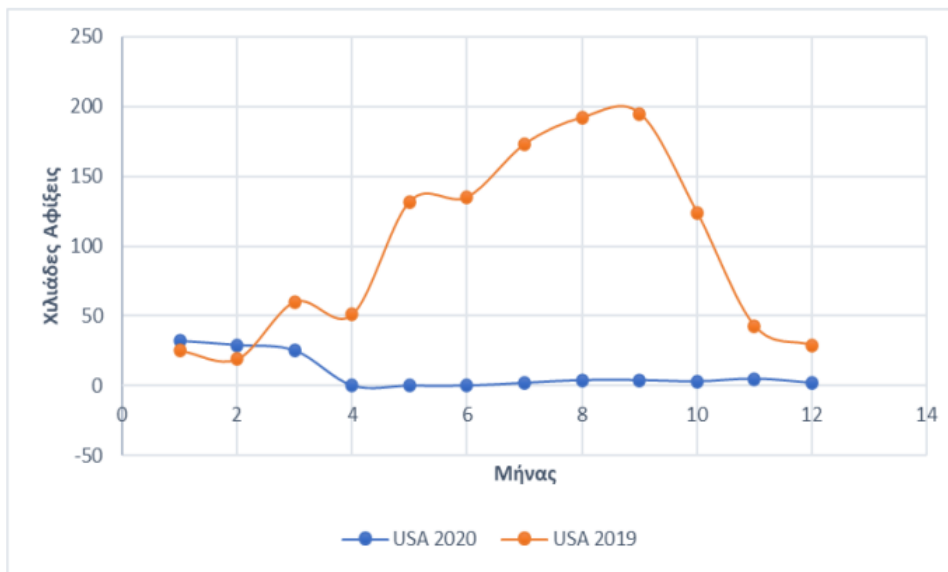
**Γράφημα 3-11: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από χώρες εκτός της Ευρωζώνης**



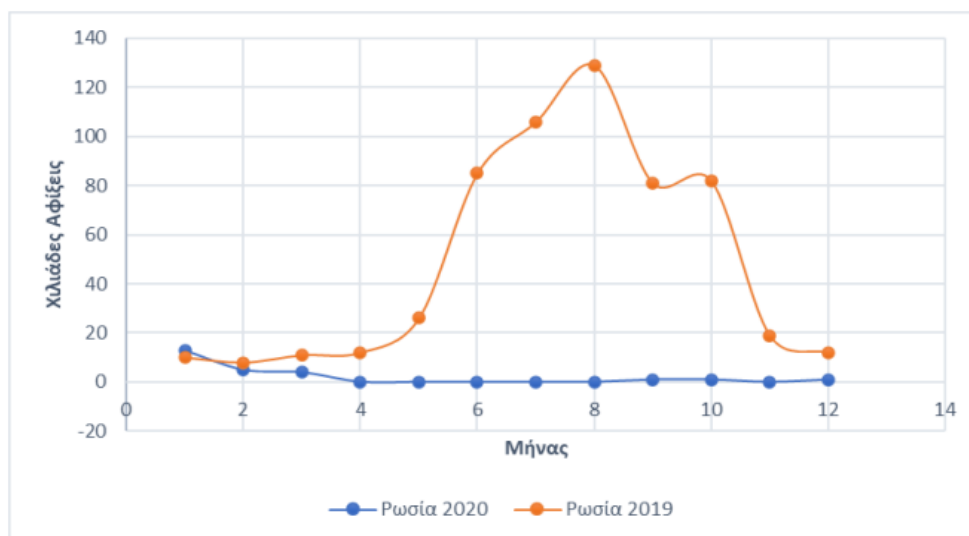
**Γράφημα 3-12: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από άλλες Χώρες**



**Γράφημα 3-13: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από Ηνωμένες Βασίλειο**



**Γράφημα 3-14: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από την Αμερική**

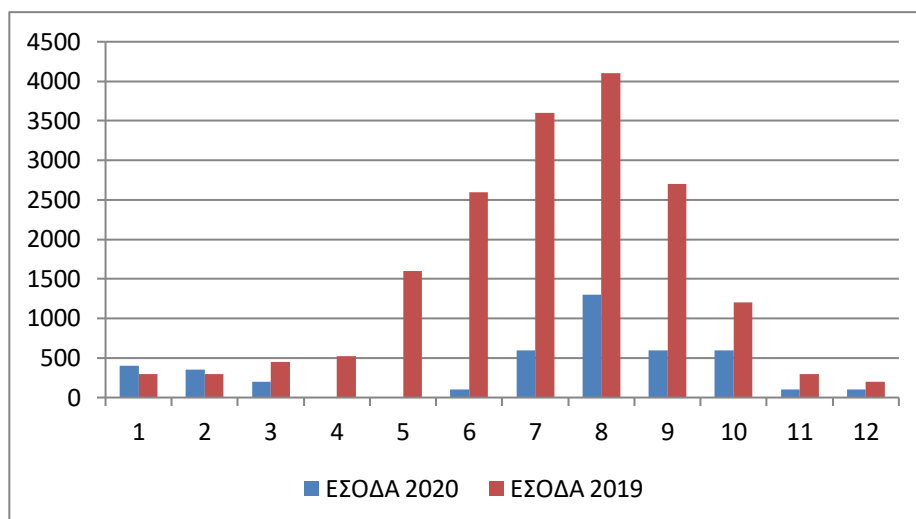


**Γράφημα 3-15: Σύγκριση αφίξεων 2019-2020 από τη Ρωσία**

### 3.3.4 Οικονομικά στοιχεία κύκλος εργασιών

Αναφορικά με τα οικονομικά στοιχεία του τουρισμού, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις μειώθηκαν κατά -76,5% αναφορικά με το 2019. Αυτό είναι απόρροια της μείωσης των εισπράξεων κατά -82% από κατοίκους εκτός ΕΕ-27 αλλά και τη μείωση κατά -70,8% των εισπράξεων από τους κατοίκους χωρών της ΕΕ-27. Οι εισπράξεις από κατοίκους της ζώνης παρουσίασαν μείωση κατά -69,1%, ενώ οι εισπράξεις κατοίκων εκτός ΕΕ-27 μειώθηκαν κατά -77,5%. Τα έσοδα από τις βασικές χώρες εισροής τουριστών παρουσίασαν σημαντική μείωση.

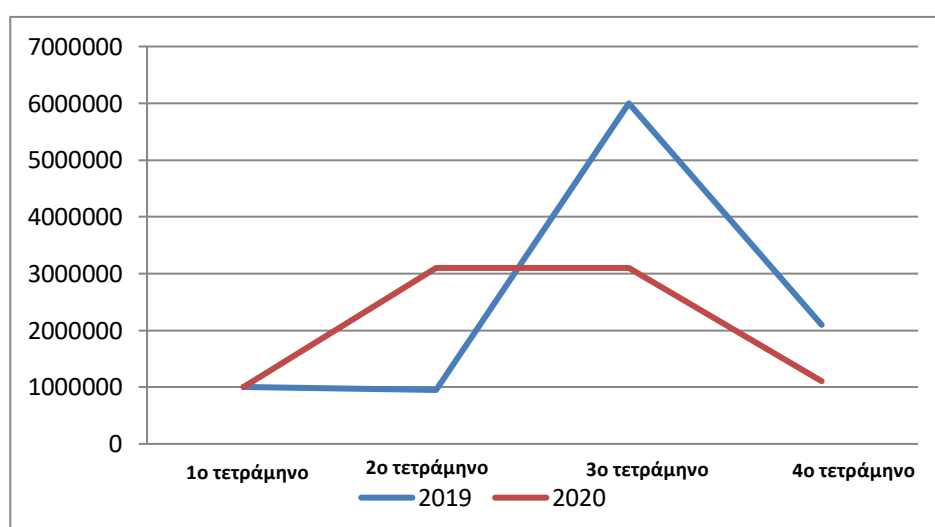
Συγκεκριμένα από τη Γαλλία τα έσοδα μειώθηκαν κατά -66,3%, ενώ από τους γερμανούς τουρίστες οι εισπράξεις λόγω της μείωσης των επισκέψεων τους στην Ελλάδα, μειώθηκαν κατά -66,3%. Οι εισπράξεις από το ΗΒ μειώθηκαν κατά 70,8% ενώ από τις ΗΠΑ η μείωση έφτασε στο -93,0%. Τέλος οι εισπράξεις από τη Ρωσία οι οποίες έφτασαν σχεδόν το 100% το τελευταίο χρόνο λόγο και του πολέμου της Ουκρανίας, μειώθηκαν κατά 96,9%(Ελ. Στατ,2020,2021). Στο Γράφημα 3.16 γίνεται παρουσίαση των εσόδων από το τουρισμού για τα έτη 2019-2020



**Γράφημα 3-16: Έσοδα από τουρισμό (Σύγκριση ετών 2019-2020 ανά μήνα**

Πηγή: Ελ. Στατ,2020,2021

Σε επίπεδο κύκλου εργασιών λόγω της πανδημίας το Μάρτιο του 2020 με απόφαση της πολιτείας διέκοψαν τις δραστηριότητες τους 219.283 επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούσαν το 15% των επιχειρήσεων της ευρύτερης ελληνικής οικονομίας. Οι παρούσες προέρχονταν κατά 89,9% από το κλάδο της εκπαίδευσης και το 84,4% από το κλάδο της διανομής και των τροφίμων(Ελ. Στατ,2020,2021)(Βλέπε Γράφημα 3.17)



**Γράφημα 3-17: Κύκλος εργασιών κατά την πανδημία-19 (κωδικοί NACE 55 & 56) ανά τρίμηνο για την περίοδο 2019-2020.**

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΙΝΣΕΤΕ



Έχοντας δώσει μια συνολική εικόνα του τουρισμού στην Ελλάδα τη τελευταία 4ετία και διαπιστώνοντας τη σημασία που έχει ο τουρισμός για την ελληνική οικονομία, για αυτό και άλλωστε τη περίοδο της πανδημίας πριν τη φετινή χρονιά που υπάρχει και πάλι αναζωπύρωση της τουριστικής ζήτησης, η οικονομία της χώρας επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό αρνητικά. Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά στην εξεταζόμενη περιοχή των Ιωαννίνων που πρόκειται να γίνει η υπό ανάπτυξη επένδυση.

### **3.4 Τουρισμός στη περιφέρεια Ιωαννίνων**

#### **3.4.1 Δήμος Ιωαννιτών**

Ο παρόν δήμος ιδρύθηκε με το Ν. 3852/10 (ΦΕΚ 87 Α/7-6-2010), ιδρύθηκε δηλαδή με το πρόγραμμα Καλλικράτης, μέσα από την ένωση των δήμων Ανατολής, Ιωαννιτών, Μπιζανίου, Παμβώτιδας, Περάματος και νήσου Ιωαννίνων. Η παρούσα πόλη αποτελεί το οικονομικό, διοικητικό και πολιτικό κέντρο ολόκληρης της περιφερειακής περιοχής της Ηπείρου. Η περιοχή φιλοξενεί 112.486 κατοίκους εξ' αυτών οι 84.368 δηλαδή ποσοστό 75% κάτοικοι σε αστικές περιοχές ενώ οι υπόλοιποι οι 28.122 ποσοστό 25% κατοικεί σε αγροτικές περιοχές του Δήμου. Τη περίοδο μεταξύ στις δυο απογραφές 2001-2011 ο πληθυσμός της περιοχής αυξήθηκε δραματικά λόγω της ανάπτυξης των υποδομών, της παροχής υπηρεσιών, της απασχόλησης κ.λ.π. Η τάση των κατοίκων να μετακινούνται από τις αγροτικές περιοχές του δήμου στα αστικά του κέντρα ενίσχυσε την αύξηση του πληθυσμού της περιοχής καθιστώντας την βασικό φορέα ανάπτυξης, της ευρύτερης περιοχής της Βορειοδυτικής Ελλάδας(Δήμος Ιωαννιτών, 2016).

Πληθυσμιακά η περιοχή πλαισιώνεται από τις ακόλουθες ηλικιακές κατηγορίες(Βλέπε Πίνακα 3.9)

**Πίνακας 3-10: Ηλικιακή κατανομή πληθυσμού Δήμου Ιωαννιτών**

Ηλικιακή ομάδα	Άτομα	%επί του συνόλου
0-9 ετών	11.200	9,96%
10-19 ετών	12.745	11,33%
20-29 ετών	17.664	15,70%
30-39 ετών	17.206	15,30%
40-49 ετών	15.774	14,02%
50-59 ετών	13.813	12,28%
60-69 ετών	10.781	9,58%
70+ ετών	13.303	11,83%
Σύνολο	112.486	100.00%

Πηγή: Δήμος Ιωαννιτών (2016)

Σε επίπεδο εκπαίδευση οι κάτοικοι σε ποσοστό 40,81% είναι κυρίως δευτεροβάθμιας και μετά δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Το 21,3% έχει σπουδάσει στην Ανώτερη και Ανώτατη εκπαίδευση ενώ το 20,6% έχει σπουδάσει στη πρωτοβάθμια εκπαίδευση. Η πόλη είναι καλά οργανωμένη και στην ευρύτερη επικράτεια της στεγάζονται πολλές υπηρεσίες, όπως είναι το Δημαρχείο, δυο νοσοκομεία, το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων και άλλες υπηρεσίες. Ακόμα χάρη στη μακρά ιστορία της, η οποία ταυτίστηκε κυρίως με τον Αλή Πασά μπορεί να χαρακτηριστεί ως η πόλη των παραδόσεων και των θρύλων. Εντός του δήμου κατοικούν πολλές διαφορετικές εθνικότητες όπως Έλληνες, Εβραίοι, Αλβανοί και μουσουλμάνοι με τούρκικη καταγωγή(Πλάγου, 2016).

Στη λίμνη υπάρχει ένα νησί ευρέως γνωστό το οποίο αποτελεί πόλο έλξης τουριστικού ενδιαφέροντος. Σημαντικό αξιοθέατο της περιοχής είναι η λίμνη Παμβώτιδα. Επίσης σημαντικό τουριστικό αξιοθέατο αποτελεί το

ιστορικό κέντρο όπου βρίσκεται και το κάστρο των Ιωαννίνων, όλη αυτή η περιοχή με τα περίτεχνα κτήρια όπως είναι η οικία του ΧουσεΐνΜατέι, το Οθωμανικό Τέμενος και γενικά όλη αυτή η περιοχή αποτελεί ένα σημαντικό τουριστικό προορισμό, που προσελκύει χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο. Η περιοχή ακόμα φημίζεται για τις παραδοσιακές εκδηλώσεις, που διοργανώνονται κάθε χρόνο στο εσωτερικό της, ενώ έχει σημαντική γαστρονομική παράδοση, επίσης έχει πάρα πολλά σημαντικά μουσεία, τα οποία μπορούν να επισκεφτούν οι τουρίστες(Βλέπε Πίνακα 3.10)

**Πίνακας 3-11: Τα κυριότερα μουσεία των Ιωαννιτών**

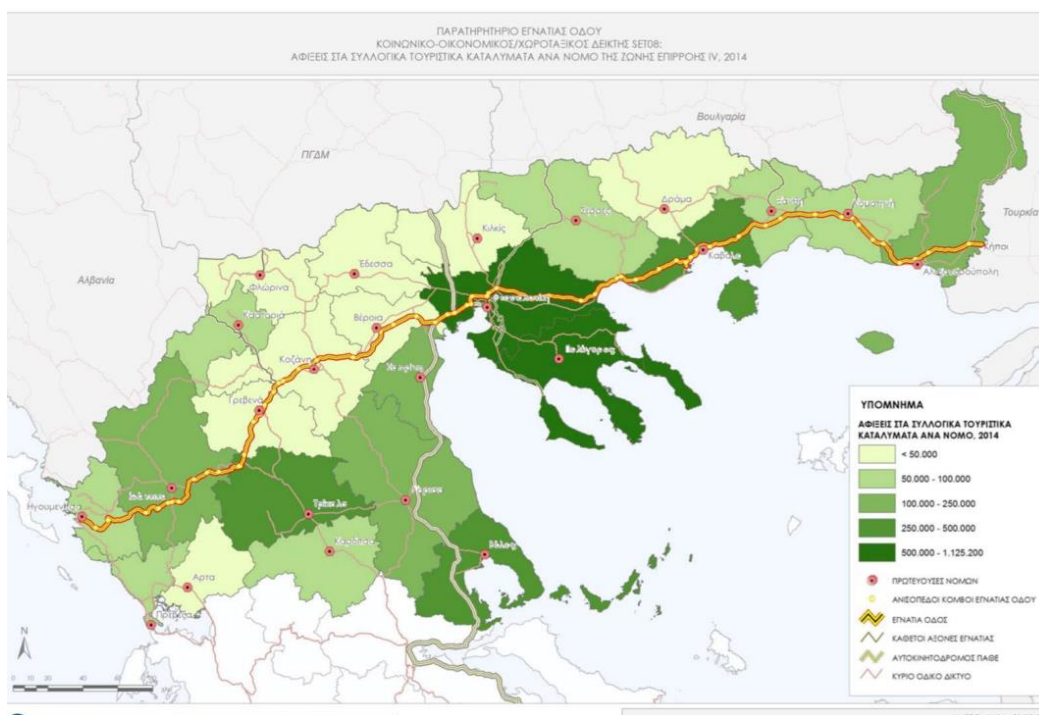
Δημοτικό Εθνογραφικό Μουσείο Ιωαννίνων (Τζαμί Ασλάν Πασά)	Μουσείο Ηπειρωτικής Λαϊκής Τέχνης "Κώστας Φρόντζος"
Μουσείο Φωτίου Ραπακούση	Μουσείο Προεπαναστατικής Περιόδου
Βυζαντινό Μουσείο	Μουσείο Τυπογραφίας & Τεχνολογίας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων
Μουσείο Αργυροχρυσοχοΐας	Λαογραφικό Μουσείο Πανεπιστημίου Ιωαννίνων
Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων Α. Βρέλλη	Μουσείο της Λίμνης Παμβώτιδας
Αρχαιολογικό Μουσείο Ιωαννίνων	Παλαιοντολογικό Μουσείο Περάματος
Μουσείο Εθνικής Αντίστασης	Δημοτική Πινακοθήκη

Πηγή: Δήμος Ιωαννιτών (2016)

Πέρα από τα μουσεία η περιοχή έχει πλήθος αρχαιολογικών χώρων

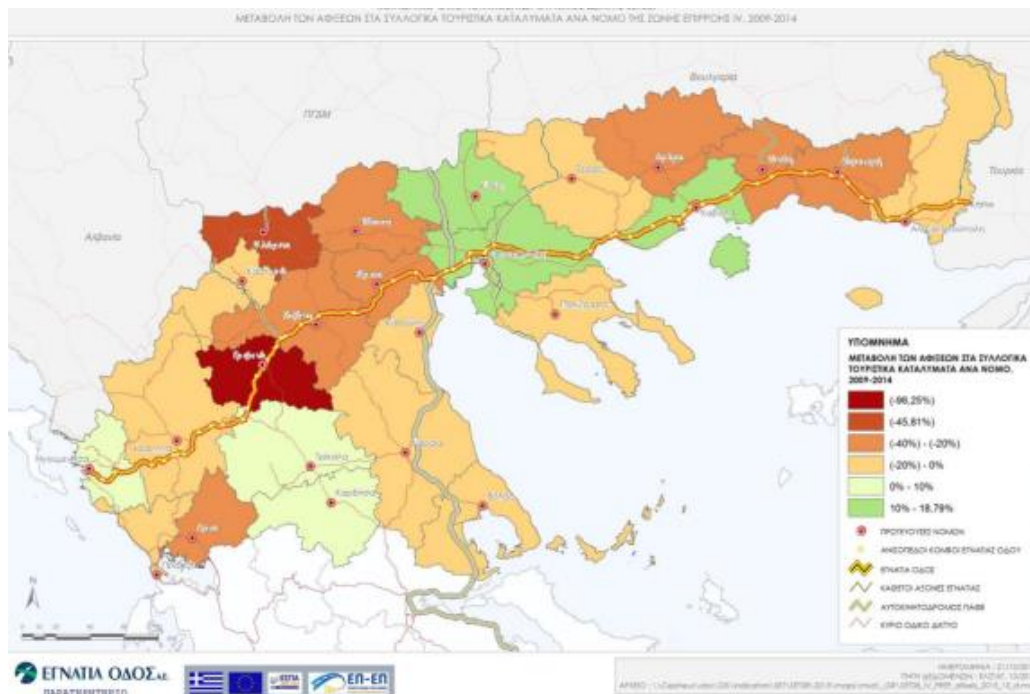
όπως τα αρχαιολογικά ευρήματα στην περιοχή του Κάστρου και της Ακρόπολης της Καλέ, τα αρχαία τείχη στα Μάρμαρα, προϊστορικά ευρήματα στο Νεοχωρόπουλο και το Σταυράκι, και τους αρχαιολογικούς χώρους στην Καστρίτσα και το Πέραμα. Ακόμα, υπάρχουν πολλά βυζαντινά και μεταβυζαντινά μνημεία, όπως το Κάστρο, ο προμαχώνας Λιθαρίτσια, το Τζαμί Καλούτσιανης, η Οικία Χουσεϊν Μπέη, τα κτίρια Βελή Πασά, ο Άγιος Νικόλαος και η Αγία Παρασκευή στα Μάρμαρα, και οι ναοί της πόλης των Ιωαννίνων. Τέλος, σημαντικά μοναστήρια είναι οι Ιερές Μονές Αγίου Ιωάννου του Προδρόμου, Αγίου Νικολάου Φιλανθρωπιών, Αγίου Παντελεήμονος Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, και Παναγίας Ελεούσης, μεταξύ άλλων (Δήμος Ιωαννιτών, 2016).

Ο ευρύτερος Νομός δέχεται σε ετήσια βάση χιλιάδες επισκέπτες ημεδαπούς και αλλοδαπούς, οι οποίοι αυξάνονται ειδικά τη περίοδο αιχμής. Τη περίοδο αυτή είναι δύσκολο κάποιος να βρει δωμάτιο στην περιοχή. Η πληρότητα στο κέντρο είναι περίπου 60%-70% το χρόνο. Στην Εικόνα 3.5 γίνεται αναφορά στο σύνολο των αφίξεων ανά νομό στη Βόρεια Ελλάδα. Ο Νομός έχει μεγάλη δυναμική στο τουρισμό, στα επίπεδα που έχουν παραθαλάσσιες περιοχές.



### Εικόνα 3-5: Αφίξεις στην περιοχή της Βόρειας Ελλάδας

Τα Ιωάννινα παρουσιάζουν μια σχετική μείωση σε σχέση με τους νομούς της Βόρειας Ελλάδας. Η μέση διανυκτέρευση στη πόλη είναι 2-4 ημέρες



### Εικόνα 3-6: Η μέση διάρκεια διανυκτερεύσεων

Η περιοχή έχει σημαίνοντα ρόλο στη τουριστική κίνηση της Βορείου Ελλάδας και γενικά γίνονται σχετικές επενδύσεις για περαιτέρω αναβάθμιση της περιοχής.

#### 3.4.2 Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων

Ο παρόν δήμος είναι ο μικρότερος σε μέγεθος δήμος της Περιφερειακής Ενότητας Ιωαννίνων και έχει ως βασική διοικητική του έδρα τα Πράμαντα. Η περιοχή σε γενικές γραμμές είναι ορεινή, περιλαμβάνει πολλά ορεινά χωριά και γενικά το ευρύτερο ανάγλυφο της και τα πολλά φυσικά εμπόδια που αναφέρονται στη περιοχή τη καθιστούν λιγότερο γνωστή αλλά και τουριστική για τους εισερχόμενους τουρίστες. Με τη κατασκευή της Ιώνιας οδού ο επισκέπτης μπορεί να είναι σε 4 ώρες στα Τζουμέρκα, αυτό θα ενισχύσει στο μέλλον τον εσωτερικό αλλά και τους ξένους τουρίστες που θα θελήσουν να τα

επισκεφτούν όντας στην Αθήνα (Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων, 2019).

Το κλίμα τη περιοχή είναι μεσογειακό εύκρατο, το χειμώνα επικρατεί κρύο στη περιοχή το οποίο συνδυάζεται με έντονες βροχές και αρκετά χιόνια, ενώ το καλοκαίρι είναι ζεστό με σποραδικές βροχές που καθιστούν το κλίμα της περιοχής υγρό. Οι κάτοικοι ασχολούνται με τη κτηνοτροφία. Σε επίπεδο αξιοθέατων έχει το γνωστό εθνικό πάρκο Τζουμέρκων ενώ σημαντικές είναι οι περιοχές της χαράδρας και του περιστεριού. Η περιοχή έχει έντονο γεωλογικό ενδιαφέρον ενώ σημαντικό είναι για τη περιοχή το σπήλαιο των Πραμάντων. Επίσης ένα ακόμα στοιχείο που βοηθά στην προσέλκυση τουριστών είναι οι μονές και εκκλησίες που έχει η περιοχή. Συγκεκριμένα αντιπροσωπευτικά δείγματα αποτελούν η Κόκκινη Εκκλησιά ή Παναγία Βελλάς, η Ιερά Μονή Αγίας Παρασκευής Πραμάντων, η Ιερά Μονή Βύλιζας, η Ιερά Μονή Θεοτόκου Κηπίνας, η Μονή Μουχουστίου Πλάκας, και η Ιερά Μονή Τσούκας (Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων, 2019).

### **3.4.3 Δήμος Δωδώνης**

Ο παρόν δήμος έχει πάρει το όνομα του από τον αρχαιολογικό χώρο με το πασίγνωστο μαντείο της αρχαιότητας. Ο δήμος πλαισιώνεται από 120 οικισμούς και 56 τοπικές κοινότητες, ενώ δεν έχει πέρα από το μουσείο άλλα αξιοθέατα. Σημαντικό τουριστικό πόρο για τη περιοχή αποτελούν οι ποταμοί Αχέροντας και Λούρος. Επίσης στη περιοχή υπάρχουν τα λαογραφικά μουσεία της Πέρδικας και των Μελιγγών (Δήμος Δωδώνης, 2019).

### **3.4.4 Ζαγοροχώρια**

Τα Ζαγοροχώρια είναι 46 μικρά και παραδοσιακά χωριά στη βορειοανατολική πλευρά των Ιωαννίνων, τα οποία έχουν να προβάλουν μια ιδιαίτερη αρχιτεκτονική αλλά και ένα απaráμιλλο φυσικό κάλος. Τα Ζαγοροχώρια χωρίζονται στο Κεντρικό ή κυρίως Ζαγόρι, στο Ανατολικό ή Βλαχοζαγορά και το Δυτικό ή Κατώμενη. Το Κεντρικό Ζαγόρι, βρίσκεται στην

βόρεια πλευρά των Ιωαννίνων και περιλαμβάνει πολύ γνωστά χωριά, όπως η Βίτσα, το Μονοδένδρι, τα Βλαχοχώρια το Δίλοφο, το Καπέσοβο, το Τσεπέλοβο, τα χωριά της κοιλάδας του Άνω Βίκου και τα χωριά Δίκορφο, Μανασσή, Καλουτά, Διπόταμο, Φραγκάδες και Λεπτοκαρυά (Πλάγου, 2016). Το Ανατολικό Ζαγόρι βρίσκεται βορειοανατολικά από τα Ιωάννινα και περιλαμβάνει τα χωριά της κοιλάδας του Βάρδα (Γρεβενίτι, Ελατοχώρι, Μακρίνο, Φλαμπουράρι, Τρίστενο), τα χωριά της κοιλάδας του Ζαγορίτικου (Ανθρακίτης, Καρυές, Δόλιανη, Καβαλλάρι), την Βοβούσα, τα χωριά Δεμάτι, Ιτέα, Πέτρα, Καστανώνα και τους συνοικισμούς Αγίας Παρασκευής και Ποταμιάς.

Το Δυτικό Ζαγόρι βρίσκεται βορειοδυτικά από τα Ιωάννινα και περιλαμβάνει Μεγάλο και το Μικρό Πάπιγκο, την Αρίστη, τον Βίκο με το περίφημο φαράγγι που καταλαμβάνει μια θέση στο βιβλίο των ρεκόρ Γκίνες, τον Άγιο Μηνά και το Μεσοβούνι, όλα χωριά που βρίσκονται στην κοιλάδα του Βοϊδομάτη. Η συνολική έκταση των Ζαγοροχωρίων είναι περίπου 1.000 τ.χλμ. και τα χωριά των περιοχών αυτών επικοινωνούν μεταξύ τους με λιθόστρωτα μονοπάτια, γεφύρια και σκαλοπάτια (Δήμος Ζαγορίου, 2019). Η περιοχή έχει ακόμα το ποταμό Βοϊδομάτης αλλά και τον Εθνικό δρυμό του Βίκου στον οποίο μπορεί κάποιος να δει από κοντά 1750 είδη δέντρων και φυτών, 133 πτηνά και 25 θηλαστικά. Παρά το φυσικό κάλους και τις προσπάθειες που έχει κάνει ο δήμος, η περιοχή δεν είναι τόσο γνωστή και δεν προσελκύει τουρίστες. Ο τουρισμός είναι κυρίως εκ το εσωτερικό της χώρας και αναφέρεται σε επισκέπτες που έρχονται για να δουν συγγενείς κυρίως τις γιορτινές περιόδους.

#### **3.4.5 Δήμος Ζίτσας**

Ο παρόν δήμος έχει έκταση 565,6 τ. χλμ. και τη διατρέχει ο ποταμός Καλαμά ή Θύαμις. Η περιοχή δύναται λόγω του φυσικού του κάλους αλλά και του οινοποιητικού χαρακτήρα να συγκεντρώσει αρκετούς επισκέπτες που μπορούν να βρουν ενδιαφέρουσα τη περιοχή, για τους παραπάνω λόγους. Στην περιοχή μπορεί να συναντήσει κανείς πολλά μοναστήρια, μνημεία από την εποχή του Βυζαντίου, ενώ σημαντική είναι η πινακοθήκη χαρακτηριστικής με 425

έργα σπουδαίων καλλιτεχνών. Τέλος η περιοχή έχει πάρα πολλά μουσεία, ενώ έντονο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα οινοποιεία της περιοχής(Δήμος Ζίτσας ,2019).

#### **3.4.6 Δήμος Κονίτσης**

Η παρούσα περιοχή καταλαμβάνει έκταση 1000 τετραγωνικών μέτρων και αυτό που τη ξεχωρίζει είναι το φυσικό της κάλους, οι ορεινοί όγκοι, τα ποτάμια κ.λ.π. Η παρούσα κωμόπολη με τα χωριά της βρίσκεται στα βουνά της Βόρειας Πίνδου. Τέλος η περιοχή έχει να καταδείξει ιαματικές πηγές οι οποίες προσελκύουν μεγάλο αριθμό εισερχόμενων και εξερχόμενων τουριστών, που επισκέπτονται το μέρος για ιατρικούς κυρίως λόγους(Δήμος Κόνιτσας,2019).

#### **3.4.7 Δήμος Μετσόβου**

Το Μέτσοβο αποτελεί την έδρα του ομώνυμου δήμου, βρίσκεται σε ύψος 1.150 μέτρων στις ευρύτερες πλαγιές της Πίνδου. Η περιοχή έχει καθιερωθεί ως χειμερινός τουριστικός προορισμός, παρόλα αυτά λόγω του πολύ καλού κλίματος της περιοχής προσφέρεται και για θερινές εξορμήσεις. Παρόλα αυτά το Μέτσοβο προσελκύει τουρίστες κυρίως το χειμώνα, δεδομένων και των υποδομών του. Το Μέτσοβο έχει τρία χιονοδρομικά κέντρα το Ανήλιο στα 1680-1850 μέτρα με 10 πίστες, το Καρακόλι στα 1340- 1520 μέτρα με 2 πίστες και του Προφήτη Ηλία στα 1360-1620 μέτρα με 6 πίστες. Η περιοχή περιλαμβάνει ένα σημαντικό μέρος του Εθνικού Δρυμού της Πίνδου τη ΒάλιαΚάλντα, ακόμα έχει πάρα πολλές φυσικές ομορφιές όπως είναι λίμνες, φράγματα, χαρτογραφημένες πεζοπορικές διαδρομές κ.λ.π. Ακόμα έχει έντονο λαογραφικό στοιχείο με το μουσείο Τοσίτσα και θρησκευτικό με πολλές εκκλησίες και μοναστήρια. Σημαντικό αξιοθέατο είναι ο Αβερύφειος κήπος. Στο παρόν δήμο αναπτύσσονται πολλές εναλλακτικές τουριστικές δράσεις, ενώ σημαντικό αθλητικό τουριστικό δρώμενο είναι ο ορεινός μαραθώνιος UrsaTrail που είναι αφιερωμένος στη καφέ αρκούδα που ζει στα δάση της περιοχής(Δήμος Μετσόβου,2019).



### **3.4.8 Δήμος Πωγωνίου**

Το παρόν μέρος φημίζεται για τη παρθένα φύση που σε συνδυασμό με τις κορυφές της Νεμέρτσικας (υψ. 2207μ.) και του όρους Κασιδιάρη, καθιστούν τη παρούσα περιοχή για επισκέπτες που επιδίδονται σε ορειβατικές και πεζοπορικές δράσεις. Η περιοχή έχει πάρα πολλά ποτάμια τα οποία προσφέρονται για κανό-καγιάκ ενώ τα δάση του προσφέρουν στιγμές χαλάρωσης στους επισκέπτες(Δήμος Πωγωνίου,2019). Στη περιοχή μπορεί κάποιος να επισκεφτεί το Μουσείο Καλπακίου. Τέλος στη περιοχή διοργανώνονται πολλά πανηγύρια στα οποία οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν παραδοσιακά φαγητά και παραδοσιακή δημοτική μουσική.

### **3.5 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος περιοχής**

Στην παρούσα ενότητα θα γίνει η μάκρο ανάλυση της ευρύτερης περιοχής κάνοντας χρήση του μοντέλου PEST. Ουσιαστικά με τη βοήθεια του παρόντος μοντέλο θα εξεταστούν οι εξωτερικές δυνάμεις που επηρεάζουν τη τοπική οικονομία. Οι δυνάμεις αυτές είναι το πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον(Kotler&Armstrong,2011).

**Πολιτικό περιβάλλον:** Το πολιτικό περιβάλλον παρουσιάζει σταθερότητα και σε επίπεδο χώρας και σε επίπεδο λειτουργίας των δήμων αυτό παρέχει ένα ασφαλές περιβάλλον για το τουρισμό και την ευρύτερη λειτουργία του.

**Οικονομικό περιβάλλον:** Η πανδημία επέφερε και πάλι σε δυσμενή οικονομική κατάσταση τις χώρες σε παγκόσμιο επίπεδο ενώ ο πόλεμος στην Ουκρανία προκάλεσε ενεργειακή κρίση και επέφερε οικονομική δυσκολία στις χώρες της Ευρώπης αλλά και ευρύτερα στις χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης ο πόλεμος επηρέασε μια σημαντική τουριστική αγορά όπως αυτοί των ρώσων, από την οποία χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο επισκέπτονταν χώρες όπως την Ελλάδα, στηρίζοντας την οικονομία τους. Η χώρα παρουσιάζει αυξημένα ποσοστά ανεργίας τα οποία όμως δεν αναφέρονται στον τουριστικό κλάδο. Τα τελευταία χρόνια δίνονται πολλά κονδύλια από το κράτος, τα οποία προέρχονται από τα ευρωπαϊκά κονδύλια και τα οποία δαπανώνται στις νέες

τεχνολογίες, σε καινοτόμες δράσεις, γενικότερα στην αναβάθμιση των υποδομών αλλά και στη γενικότερη ανάπτυξη του τουρισμού.

Κοινωνικό περιβάλλον: Οι τουρίστες φέτος για πρώτη φορά μετά το ξέσπασμα της πανδημίας επισκέπτονται διάφορες χώρες ανά τον κόσμο και μέσα σε αυτές και την Ελλάδα. Η οικονομική κατάσταση των τουριστών δεν είναι πολύ καλή, ο πόλεμος στη Ρωσία έχει επηρεάσει τις οικονομικές και κοινωνικές δομές της Ευρώπης και αυτό επηρεάζει χώρες όπως η Ελλάδα, η οποία μπορεί φέτος να δέχεται εισροή τουριστών, αυτό όμως έχει να κάνει κυρίως με τα νησιά ενώ δεν είναι σίγουρο αν θα υπάρξει διάρκεια. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι αναπτύσσονται πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Τεχνολογικό περιβάλλον: Ο τουρισμός επηρεάζεται άμεσα από τεχνολογικές εξελίξεις. Σημαντικό ρόλο παίζουν οι καινοτόμες δράσεις που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων αλλά και μεταξύ των χωρών. Σημαντικό ρόλο παίζουν και οι τεχνολογικές εφαρμογές που χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες για να κλείσουν εισιτήρια και γενικά για να καθορίσουν τις διακοπές τους. Το διαδίκτυο έχει αλλάξει σήμερα τον τρόπο λειτουργίας του τουρισμού, τον ανταγωνισμό, τη σχέση των τουριστών και των επιχειρήσεων κ.λ.π. Ακόμα σημαντικό είναι ότι οι νέες τεχνολογίες έχουν αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας των εργαζομένων, αυξάνοντας τη διαδικασία εκπαίδευσης τους, ώστε να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες των σύγχρονων τουριστικών επιχειρήσεων.

### **3.6 Ανάλυση Porter**

Το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter, θεωρείται ένα εργαλείο το οποίο αναλύει τις ανταγωνιστικές δυνάμεις ενός κλάδου. Μέσω του παρόντος μοντέλου μια επιχείρηση μπορεί να αναλύσει την ανταγωνιστική της θέση στο κλάδο που δραστηριοποιείται. Οι πέντε δυνάμεις είναι οι ακόλουθες(Παπαδάκης,2012): α) Δύναμη των προμηθευτών, β) Δύναμη των αγοραστών, γ) Νέοι είσοδοι, δ) Υποκατάστατα, ε) Ανταγωνισμός. Αναλυτικά αναφορικά με τη περιοχή οι παρούσες δυνάμεις αναλύονται ως ακολούθως:

1. Ανταγωνισμός: Ο ανταγωνισμός είναι έντονος και αναφέρεται στις ξενοδοχειακές μονάδες και τις διάφορες επιχειρήσεις της ευρύτερης περιοχής αλλά και στη δυναμική των διαφόρων δήμων αναφορικά με το πώς προωθούν και πλαισιώνουν το τουριστικό τους προϊόν με βάση το φυσικό τους κάλος, τα πολιτιστικά τους δρώμενα, τις υποδομές τους αλλά και το κόστος με το οποίο πλαισιώνουν τις υπηρεσίες τους.

2. Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων: Η ανάπτυξη των περιοχών οδηγεί στην εισροή νέων επιχειρήσεων, κυρίως μεγάλων μονάδων που δρουν κυρίως στο ξενοδοχειακό κλάδο και επηρεάζουν με τη παρουσία τους τα δρώμενα της περιοχής. Ακόμα σημαντικό ρόλο στον ευρύτερο ανταγωνισμό παίζει το διαδίκτυο το οποίο επηρεάζει τις επιχειρηματικές δράσεις της περιοχής, αυξάνοντας τον ανταγωνισμό αλλά και επηρεάζοντας ευρύτερα τη δομή του κλάδου.

3. Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών: Ανάλογα με τη δυναμική του δήμου, αντίστοιχη δυναμική έχουν και οι επιχειρήσεις που εργάζονται σε αυτόν και βάση αυτής της δυναμικής επηρεάζονται και επηρεάζουν τους προμηθευτές τους. Η παρούσα κατάσταση είναι που καθορίζει τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, που ανάλογα με το δήμο και το μέγεθος των επιχειρήσεων είναι άλλοτε περισσότερο και άλλοτε λιγότερο.

4. Δύναμη των αγοραστών: Οι τουρίστες έχουν πολλές εναλλακτικές επιλογές εντός και εκτός της περιοχής και αυτό καθιστά τη δύναμη τους πολύ μεγάλη, σε επίπεδο επιλογής ποιότητας, τιμών και γενικά μπορούν να καθορίσουν τη λειτουργία της ευρύτερης αγοράς.

5. Υποκατάστατα: Ως υποκατάστατα λειτουργούν σήμερα τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, οι υπηρεσίες Trivago και γενικά οι σύγχρονες δράσεις που δίνουν τη δυνατότητα στους τουρίστες να κάνουν εναλλακτικές μορφές διακοπών με χαμηλότερο κόστος.

### **3.7 SWOT Analysis**

Το μοντέλο δυνάμεων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών, θα αναπτυχθεί αναφορικά με την επικείμενη επένδυση και τα χαρακτηριστικά των επενδυτών που θα προβούν στην ανέγερση της παρούσας ξενοδοχειακής μονάδας στη περιοχή των Ιωαννίνων. Το μοντέλο αναπτύσσεται ως εξής:

#### Δυνάμεις

1.Οι επενδυτές κατάγονται από τη περιοχή όπου θα δραστηριοποιηθεί η παρούσα τουριστική επιχείρηση, πράγμα που τους δίνει πλεονέκτημα αφού τη γνωρίζουν, γνωρίζουν τις απαιτήσεις της και αυτό σημαίνει ότι θα μπορούν να εστιάσουν και να επιτύχουν καλύτερα τους στόχους τους.

2.Οι επενδυτές γνωρίζουν προμηθευτές οπότε θα μπορέσουν με αυτό τον τρόπο, να αναπτύξουν συμφέρουσες συμφωνίες οι οποίες θα βοηθήσουν να καταστεί η επένδυση τους κερδοφόρα μέσα στα επόμενα χρόνια. Ακόμα θα μπορέσουν άμεσα να συνάψουν καλές συνεργασίες, οι οποίες θα τους βοηθήσουν να διαχειριστούν το κόστος και τις τελικές τους τιμές.

#### Αδυναμίες

1.Οι επενδυτές δεν έχουν την απαραίτητη γνώση για να χειριστούν τη παρούσα ξενοδοχειακή μονάδα, πράγμα που μπορεί να επηρεάσει τη δράση τους στην αγορά.

2.Η παρούσα είναι μια νέα μονάδα στην περιοχή πράγμα που σημαίνει ότι θα πρέπει να επενδύσει στη προβολή και τη φήμη της και αυτό, θα αυξήσει αρχικά το κόστος λειτουργίας της.

3. Είναι δύσκολη η εύρεση εξειδικευμένου προσωπικού.

#### Ευκαιρίες

1.Το διαδίκτυο έχει διευκολύνει τη πρόσβαση στις αγορές του εξωτερικού και στη λήψη κρατήσεων από επισκέπτες που προέρχονται από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

2. Η παροχή από το κράτος κονδυλίων για τη ψηφιακή και ηλεκτρονική αναβάθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων, αποτελεί μια ευκαιρία για την επικείμενη ξενοδοχειακή επιχείρηση, αναφορικά με τις ανάγκες της σε επίπεδο

ηλεκτρονικών υποδομών, ανάπτυξης ιστοσελίδας και κοινωνικών δικτύων αλλά και σε επίπεδο επένδυσης σε ψηφιακές υποδομές.

#### Απειλές

1. Η ανάπτυξη των πλατφορμών *trivago* λειτουργεί ως εναλλακτική και υποκατάστατη λύση, η οποία αποτελεί απειλή για τις ξενοδοχειακές μονάδες.
2. Η πανδημία και ο πόλεμος της Ουκρανίας θα επηρεάσει ακόμα περισσότερο στο μέλλον την οικονομική κατάσταση των τουριστών και θα επηρεάσει τη πρόθεση τους να επισκεφτούν τον οποιοδήποτε τουριστικό προορισμό.
3. Η αύξηση των διοδίων στην περιοχή αυξάνει το κόστος για τον επισκέπτη και πιθανόν να επηρεάσει περισσότερο τον εσωτερικό τουρισμό, δηλαδή τους γηγενείς που επισκέπτονται τη περιοχή σε γιορτές και γενικά όλο το χρόνο. Η αύξηση των διοδίων σε συνδυασμό με την αύξηση της τιμής των καυσίμων θα επηρεάσει τη πρόθεση των τουριστών να επισκεφτούν την ευρύτερη περιοχή.
4. Δυσκολία προσέγγισης της περιοχής από τον Κρατικό Αερολιμένα Θεσσαλονίκης «Μακεδονία»

### **3.8 Στρατηγικός σχεδιασμός marketing**

#### **3.8.1 Επιχειρηματική στρατηγική**

Η παρούσα υπό ίδρυση ξενοδοχειακή μονάδα, θα επιδιώξει να ακολουθήσει τη στρατηγική διαφοροποίησης. Το ξενοδοχείο θα επιδιώξει να διαφοροποιηθεί μέσω της παροχής ποιοτικών υπηρεσιών τις οποίες θα προσφέρει σε ένα μοντέρνο χώρο σε ένα σημείο στο οποίο δίνει προσβασιμότητα στην ευρύτερη περιοχή για τους μελλοντικούς επισκέπτες. Μέσω της διαδικασίας της διαφοροποίησης θα εστιάσει σε εισοδηματικές ομάδες που θα μπορούν να καλύψουν το κόστος των υπηρεσιών του παρόντος ξενοδοχείου.

#### **3.8.2 Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση: Διαδικασία STP**

Στη παρούσα ενότητα θα αναλυθούν με βάση τα κριτήρια τμηματοποίησης τα τμήματα, τα οποία θα επιλέξει το υπό ίδρυση ξενοδοχείο να εστιάσει, με στόχο να επιτύχει να προσελκύσει μεγάλο αριθμό τουριστών, ώστε να καταστεί άμεσα κερδοφόρο.

A. Γεωγραφικά κριτήρια: Γεωγραφικά με βάση τα μέχρι τώρα δεδομένα που ισχύουν για τη περιοχή το υπό ίδρυση ξενοδοχείο, θα πρέπει γεωγραφικά να εστιάσει στη Βουλγαρία, τη Βόρεια Μακεδονία, τη Γερμανία, την Ρουμανία, αλλά και τη Σερβία.

B. Δημογραφικά κριτήρια: Το ξενοδοχείο θα πρέπει να λάβει υπόψη ότι τη περιοχή την επισκέπτονται κυρίως έλληνες τουρίστες ειδικά τους χειμερινούς μήνες. Το καλοκαίρι πάλι είναι περισσότεροι οι έλληνες, υπάρχουν όμως και κάποιοι ξένοι που επισκέπτονται την ευρύτερη περιοχή. Οι επισκέπτες είναι κυρίως οικογενειάρχες ηλικιών 30-50 ετών με παιδιά αλλά και άνω των 60 που είναι συνήθως συνταξιούχοι.

Γ. Ψυχογραφικά κριτήρια: Οι επισκέπτες είναι άνθρωποι που τους αρέσουν οι ήρεμες οικογενειακές διακοπές, αρέσκονται στο καλό φαγητό, ενώ επιδιώκουν ανεξάρτητα από το κόστος να πληρώνουν ποιοτικές υπηρεσίες για ποιοτικές διακοπές. Επιλέγουν μέρη που είναι για όλη την οικογένεια. Βέβαια υπάρχουν και τουρίστες που επισκέπτονται τη περιοχή για να δουν τα μοναστήρια, τις εκκλησίες ή να προβούν σε δράσεις που ανάγονται σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Γενικά η περιοχή μπορεί να καλύψει όλα τα γούστα και αυτό θα δώσει τη δυνατότητα στο ξενοδοχείο να προσεγγίσει πολλές διαφορετικές αγορές.

### **3.8.3 4P's**

Το μείγμα μάρκετινγκ αποτελεί το βασικό εργαλείο προσέγγισης των τμημάτων που θα επιλέξει το παρόν ξενοδοχείο να εστιάσει προκειμένου να τοποθετηθεί και ευρύτερα να τοποθετήσει τις υπηρεσίες του. Το μείγμα μάρκετινγκ αναπτύσσεται μέσα από τις ακόλουθες μεταβλητές: α) Προϊόν, β) Τιμή, γ) Διανομή και δ) Προώθηση. Στη συνέχεια θα γίνει η ανάλυση αυτών

αναφορικά με την εξεταζόμενη ξενοδοχειακή μονάδα.

Προϊόν: Παροχή ξενοδοχειακών ποιοτικών υπηρεσιών. Ίδρυση ξενοδοχειακής επιχείρησης, μέσω της μετατροπής διατηρητέου κτιρίου και ανέγερση στη θέση του πενταόροφου κτιρίου ξενοδοχείου κλασσικού τύπου τεσσάρων αστερών, το οποίο θα έχει δυναμικότητα 37 δωματείων-77 κλινών. Το ξενοδοχείο θα παρέχει και υπηρεσίες εστίασης αλλά και ιντερνέτ, καθημερινή υπηρεσία δωματίου. Το ξενοδοχείο θα ακολουθεί συγκεκριμένα πρότυπα ποιότητας, αλλά και το κανονισμό που ορίζει ο ΕΟΤ και διέπει ανάλογες επιχειρήσεις.

Ακόμα το ξενοδοχείο σε συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία θα προσλαμβάνει οδηγούς ξεναγούς με στόχο τη ξενάγηση των επισκεπτών-πελατών. Ακόμα θα επιδιώκει οι πελάτες της να γνωρίσουν το φυσικό κάλος της περιοχής. Στο χώρο του ξενοδοχείου θα εκτίθενται παραδοσιακά είδη λαϊκής τέχνης τα οποία θα ανήκουν σε τοπικούς βιοτέχνες ενώ θα προβάλλονται μέσω φυλλαδίων οι φυσικές ομορφιές της περιοχής. Το ξενοδοχείο θα έχει την υποδομή να καλύψει τις ανάγκες ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Τιμή: Οι τιμές των υπηρεσιών της ξενοδοχειακής εταιρείας, θα εναρμονίζονται με τη ποιότητα που θα παρέχει στους πελάτες της. Οι τιμές θα είναι μεσαίες προς υψηλές αφού θα στοχεύει τη μεσαία και υψηλή εισοδηματικά τάξη. Αρχικά θα παρέχει μέτριες τιμές και θα κάνει αρκετές προσφορές για να προσελκύσει πελάτες, ώστε να γνωστοποιήσει τη παρουσία της στην τοπική αγορά.

Τον Οκτώβριο του 2019 η μέση τιμή στα ξενοδοχεία 4\* στην Περιφέρεια της Ηπείρου ήταν 95€, αρκετά χαμηλότερα από τη μέση τιμή κράτησης που παρατηρήθηκε στο Νότιο Αιγαίο και ήταν 137€.



**Γράφημα 3-18: Τιμές ξενοδοχείων 4\* ανά γεωγραφική περιφέρεια, Οκτώβριος 2019**

Πηγή: INSETEIntelligence, (2019), Στατιστικό Δελτίο Νο 59

Σε αναζήτηση τιμών ξενοδοχείων 4\* στο ιστορικό κέντρο της πόλης των Ιωαννίνων (πλησίον της οδού Τζαβέλλα) διαπιστώθηκαν οι ακόλουθες τιμές σε δίκλινα δωμάτια βασικών ανταγωνιστών της ξενοδοχειακής μονάδας. Τις παρακάτω τιμές περιλαμβάνεται παροχή πρωινού.

**Πίνακας 3-12: Τιμές ανταγωνιστικών ξενοδοχείων**

<b>Αύγουστος 2022</b>			
Standard room	Μονόκλινο	Δίκλινο	Τρίκλινο
	Saz City Life Hotel	94,00	123,00
Lake Spirit Boutique Hotel & Spa	101,00	109,00	148,00



Πολιτεία	85,00	85,00	90,00
Metropolis	94,00	113,00	124,00
Executive Suite			
SazCityLifeHotel			218,00
Lake Spirit Boutique Hotel & Spa			188,00
Πολιτεία			103,00
Metropolis			144,00

Πηγές: Trivago, Booking, Google, (2022)

Λαμβάνοντας υπόψη τις τιμές της αγοράς αλλά και την εποχικότητα, οι τιμές χρέωσης στα δωμάτια του ξενοδοχείου διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, αυτή της περιόδου χαμηλής ζήτησης και αυτή της περιόδου υψηλής ζήτησης. Οι τιμές της περιόδου χαμηλής ζήτησης είναι μειωμένες κατά 30% σε σχέση με τις τιμές της περιόδου αιχμής.

### Πίνακας 3-13: Τιμές δωματίων 1<sup>ου</sup> έτους λειτουργίας

	Χαμηλή ζήτηση	Υψηλή ζήτηση
Standard room		
Μονόκλινα	70,00	100,00
Δίκλινα	91,00	130,00
Τρίκλινα	105,00	150,00
Executive Suite	154,00	220,00

Οι τιμές χρέωσης από το δεύτερο έτος θα έχουν αύξηση κατά 3%.

Το πρωινό θα περιλαμβάνεται στην τιμή διαμονής. Για τις λοιπές υπηρεσίες και συγκεκριμένα το κόστος μεσημεριανού ή βραδινού και το μπαρ λαμβάνεται μέση τιμή ανά άτομο 20€ και 10€ αντίστοιχα. Όμοια με τις τιμές διαμονής η ετήσια αύξηση είναι 3%.

Κανάλια διανομής: Τα κανάλια διανομής που θα χρησιμοποιεί η παρούσα ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι τα ακόλουθα: α) TravelAgents, β) Η ιστοσελίδα της Ξενοδοχειακής επιχείρησης, η οποία θα δίνει τη δυνατότητα για απευθείας κράτησης μέσω Request ή τηλεφώνου, γ) Καταχώρηση της Ξενοδοχειακής επιχείρησης σε sites κρατήσεων, όπως είναι το Booking.com για απευθείας online κρατήσεις, τέλος δ) Κάνοντας χρήση μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Προώθηση: Οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου θα προωθεί, προβάλλει τις υπηρεσίες του, μέσω των ακόλουθων μέσων: α) Online (website, socialmedia), β) Τοπικά έντυπα, γ) Συμμετοχή σε Εκθέσεις Τουρισμού, δ) Δημόσιες σχέσεις με Τουριστικούς Πράκτορες, ε) Παροχή ελκυστικών πακέτων διαμονής και διατροφής, ζ) Email Marketing τέλος μέσω προωθητικών ενεργειών στα Social Media και υλοποίηση Διαδικτυακών Διαγωνισμών.

### 3.9 Πρόβλεψη εσόδων

Η κύρια πηγή εσόδων για την ξενοδοχειακή μονάδα είναι τα έσοδα διαμονής. Βάσει των προβλέψεων για την πληρότητα και τον καθορισμό των τιμών, τα ετήσια έσοδα του ξενοδοχείου από την διαμονή των πελατών αναμένεται να είναι:

Πίνακας 3-14: Πρόβλεψη εσόδων διαμονής ανά μήνα 1-10 έτος λειτουργίας

Μήνας	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ιανουάριος	73.935	79.961	86.477	93.525	101.148	109.391	118.307	127.949	138.376	149.654
Φεβρουάριος	32.722	35.389	38.273	41.393	44.766	48.414	52.360	56.628	61.243	66.234
Μάρτιος	36.228	39.181	42.374	45.827	49.562	53.602	57.970	62.695	67.804	73.331
Απρίλιος	40.068	43.334	46.865	50.685	54.816	59.283	64.115	69.340	74.991	81.103
Μάιος	41.404	44.778	48.427	52.374	56.643	61.259	66.252	71.651	77.491	83.806
Ιούνιος	45.077	48.750	52.723	57.020	61.667	66.693	72.129	78.007	84.365	91.241
Ιούλιος	73.935	79.961	86.477	93.525	101.148	109.391	118.307	127.949	138.376	149.654
Αύγουστος	81.329	87.957	95.125	102.878	111.263	120.330	130.137	140.744	152.214	164.620

Σεπτέμβριος	71.550	77.381	83.688	90.508	97.885	105.863	114.490	123.821	133.913	144.827
Οκτώβριος	36.228	39.181	42.374	45.827	49.562	53.602	57.970	62.695	67.804	73.331
Νοέμβριος	71.550	77.381	83.688	90.508	97.885	105.863	114.490	123.821	133.913	144.827
Δεκέμβριος	81.329	87.957	95.125	102.878	111.263	120.330	130.137	140.744	152.214	164.620
	<b>685.354</b>	<b>741.210</b>	<b>801.619</b>	<b>866.950</b>	<b>937.607</b>	<b>1.014.022</b>	<b>1.096.665</b>	<b>1.186.043</b>	<b>1.282.705</b>	<b>1.387.246</b>

Για την πρόβλεψη των εσόδων στο εστιατόριο λαμβάνεται ότι το 60% των πελατών θα έχει τουλάχιστον ένα γεύμα ενώ το 80% των πελατών που διαμένουν στο ξενοδοχείο θα επισκέπτονται το μπαρ. Τα έσοδα του εστιατορίου και του μπαρ αναμένεται να είναι:

**Πίνακας 3-15: Έσοδα εστιατορίου και μπαρ ανά μήνα 1-10 έτος λειτουργίας**

Μήνας	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ιανουάριος	23.870	25.815	27.919	30.195	32.656	35.317	38.195	41.308	44.675	48.316
Φεβρουάριος	15.092	16.322	17.652	19.091	20.647	22.330	24.149	26.118	28.246	30.548
Μάρτιος	16.709	18.071	19.544	21.136	22.859	24.722	26.737	28.916	31.273	33.821
Απρίλιος	18.480	19.986	21.615	23.377	25.282	27.342	29.571	31.981	34.587	37.406
Μάιος	19.096	20.652	22.335	24.156	26.125	28.254	30.556	33.047	35.740	38.653
Ιούνιος	20.790	22.484	24.317	26.299	28.442	30.760	33.267	35.978	38.910	42.082
Ιούλιος	23.870	25.815	27.919	30.195	32.656	35.317	38.195	41.308	44.675	48.316
Αύγουστος	26.257	28.397	30.711	33.214	35.921	38.849	42.015	45.439	49.143	53.148
Σεπτέμβριος	23.100	24.983	27.019	29.221	31.602	34.178	36.963	39.976	43.234	46.757
Οκτώβριος	16.709	18.071	19.544	21.136	22.859	24.722	26.737	28.916	31.273	33.821
Νοέμβριος	23.100	24.983	27.019	29.221	31.602	34.178	36.963	39.976	43.234	46.757
Δεκέμβριος	26.257	28.397	30.711	33.214	35.921	38.849	42.015	45.439	49.143	53.148
	<b>253.330</b>	<b>273.976</b>	<b>296.305</b>	<b>320.454</b>	<b>346.571</b>	<b>374.817</b>	<b>405.365</b>	<b>438.402</b>	<b>474.132</b>	<b>512.773</b>

## Κεφάλαιο 4: Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

### 4.1 Χαρακτηριστικά Α' υλών και λοιπών προμηθειών

Οι πρώτες ύλες και οι διάφορες προμήθειες που θα χρειαστεί το ξενοδοχείο κατηγοριοποιούνται ως ακολούθως:

Α' Υλες και λοιπές προμήθειες τμήματος Food and Beverage: Για τη σωστή λειτουργία των επισιτιστικών τμημάτων και την αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών θα γίνεται αγορά ποιοτικών τροφίμων κατά προτίμηση βιολογικών, ακόμα θα αγοράζονται αναψυκτικά, και διάφορε πρώτες ύλες για Παρασκευή ποιοτικών γευμάτων και κοκτέιλ. Η αγορά θα σχετίζεται πάντα με

τη πληρότητα του ξενοδοχείου.

Υλικά καθαριότητας και Συντήρησης: Η επιχείρηση θα αγοράζει προϊόντα οικολογικού χαρακτήρα ώστε να γίνεται αποτελεσματικά η καθαριότητα των χώρων του, χωρίς να μολύνεται το περιβάλλον. Τα προϊόντα καθαριότητας θα είναι Απορρυπαντικά, είδη υγιεινής, π.χ.: προϊόντα περιποίησης και υγιεινής, σκεύη καθαρισμού όπως: σκούπα , σφουγγαρίστρα, συσκευή οικολογικού καθαρισμού κ.α. Ακόμα θα γίνεται μαζική αγορά λαμπών, ποτηριών, πιάτων κ.λ.π.

Γενικές προμήθειες: Στις γενικές προμήθειες, τις οποίες θα αγοράζει το ξενοδοχείο ανάγονται η γραφική ύλη, τα είδη του φαρμακείου, οι στολές των εργαζομένων και τέλος η ενέργεια και το νερό για τις ανάγκες λειτουργίας του ξενοδοχείου και τη κάλυψη αναγκών των πελατών.

#### **4.2 Ποιοτικές προδιαγραφές Πρώτων Υλών & Άλλων Εφοδίων**

Προκειμένου το ξενοδοχείο να λειτουργεί σωστά είναι απαραίτητο να ακολουθούνται συγκεκριμένες προδιαγραφές αναφορικά με τη ποιότητα των πρώτων υλών. Οι προδιαγραφές αυτές είναι οι ακόλουθες: α) Αναφορικά με το εστιατόριο και τα bar οι πρώτες ύλες των τροφίμων θα πρέπει να διακρίνονται από τη ποιότητα τους και να προμηθεύονται από τη τοπική αγορά. Τα υλικά καθαρισμού θα πρέπει να είναι εξαιρετικής ποιότητας και τέλος οι στολές των εργαζόμενων θα πρέπει να ταιριάζουν με το ύφος και τη φιλοσοφία του ξενοδοχείου.

#### **4.3 Πηγές προμήθειας**

Τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που το ξενοδοχείο θα τα προμηθεύεται από τρίτους παίζουν σημαίνον ρόλο στην επιτυχία του, διότι η ποιότητα τους καθορίζει και τη ποιότητα του τελευταίου και πάνω από άλλο καθορίζει το επίπεδο ικανοποίησης και πιστότητας των πελατών. Η επιχείρηση δίνει μεγάλη βαρύτητα στη ποιότητα των προμηθευόμενων προϊόντων αλλά και στη

διαδικασία διάθεση τους στο εσωτερικό του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο δίνει μεγάλη βαρύτητα στο να παρέχει στους πελάτες του προϊόντα υψηλής αξίας και ποιότητας.

Το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να προμηθεύεται προϊόντα και διάφορα υλικά απευθείας από το παραγωγό ή από το μεσάζοντα. Η επιλογή των προμηθευτών από το ξενοδοχείο θα γίνεται με βάση τα ακόλουθα κριτήρια: α) Έξοδα μετακίνησης και αξιοπιστία παράδοσης των πρώτων υλών, β) Προσαρμοστικότητα του προμηθευτή στις ανάγκες των πελατών και ευρύτερα της αγοράς, γ) Διεξοδική έρευνα σε επίπεδο ποιότητας και τιμής. Το ξενοδοχείο θέλει να δημιουργήσει σχέσεις ζωής με τους προμηθευτές, να έχει μόνιμες συνεργασίες, γιατί μόνο έτσι θα εξασφαλίσει υψηλή ποιότητα και καλές τιμές για τα προϊόντα της. Οι πηγές εύρεσης προμηθειών είναι οι ακόλουθες: α) Από επισκέψεις στην αγορά, β) Από συστάσεις συναδέρφων, γ) Από περιοδικά εξειδικευμένα σε επισιτιστικά θέματα, δ) Από επισκέψεις σε τοπικές και εθνικές εκθέσεις, ε) Από αντιπρόσωπους, ζ) Από ενημερωτικά φυλλάδια. Πέρα από τα κριτήρια που έχουν ήδη αναφερθεί πρόσθετα κριτήρια επιλογής προμηθευτών είναι η αξιοπιστία των προϊόντων τους, η παράδοση και οι καλές τιμές, η πληροφόρηση για το κάθε προμηθευτή ξεχωριστά και η δυνατότητα για την επιχείρηση να μπορεί να επιστρέφει πίσω ελαττωματικά ή προϊόντα που τις μένουν, για αποφυγή δημιουργίας αποθεμάτων.

#### **4.4 Κόστος πρώτων υλών**

Τα κόστη των πρώτων υλών είναι τα ακόλουθα: α) Το κόστος για πρώτες ύλες για τα επισιτιστικά τμήματα, β) Το κόστος των πρώτων υλών για καθαριότητα και συντήρηση του ξενοδοχείου, γ) Κόστος για γραφική ύλη και τέλος το κόστος των πρώτων υλών αναφέρεται στο κόστος των στολών των εργαζόμενων και στο κόστος συντήρηση των παγίων του ξενοδοχείου.

Το κόστος πρώτων υλών για την παροχή εσόδων διαμονής (ιματισμού, καθαριότητας, κλπ) υπολογίζεται στο 1,5% των εσόδων, ενώ το κόστος για την παρασκευή των γευμάτων και τις προμήθειες του μπαρ στο 20% των εσόδων από το μπαρ.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Αγορές πρώτων υλών	72.421	78.323	84.706	91.610	99.076	107.151	115.883	125.328	135.542	146.589

## **Κεφάλαιο 5: Μηχανολογία και τεχνολογία**

### **5.1 Η δυναμικότητα της μονάδας, χωρομετρικές προϋποθέσεις και απεικονίσεις**

Το παρόν πρόκειται για ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων, με δυναμικότητα 37 δωματιών-77 κλινών. Το υπό σύσταση ξενοδοχείο θα πλαισιωθεί από δυο κτήρια με διαφορετικές θεματικές ενότητες. Η πρώτη θεματική ενότητα αναφέρεται στη μετατροπή της υπάρχουσας διατηρητέας οικοδομής σε κτίριο, το οποίο θα περιέχει όλους τους χώρους υποδοχής αλλά και τους κοινόχρηστους χώρους, για την ανέγερση ξενοδοχείο κλασσικού

τύπου 4<sup>ης</sup> δυναμικότητας 77 κλινών. Στους εσωτερικούς χώρους του παρόντος κτηρίου θα υπάρξουν αλλαγές και θα γίνουν συγκεκριμένες διαρρυθμίσεις ώστε να αποκτήσει η παρούσα ξενοδοχειακή επιχείρηση τη δομή σύγχρονου καταλύματος που θα πληροί τις προδιαγραφές που ορίζονται από τη σχετική νομοθεσία Π.Δ.33/79 (ΦΕΚ 10Α 24.1.79.) και Π.Δ. 43/02 (ΦΕΚ 43Α 7.3.02).

Ο ισόγειος χώρος θα περιλαμβάνει την υποδοχή, το λόμπι ένα χώρο γραφείου αλλά και αναμονή με καθιστικό και την αίθουσα του μπαρ με μικρό χώρο. Το υπόγειο θα περιλαμβάνει μόνο βοηθητικούς χώρους όπως οι τουαλέτες, η αποθήκη τροφοδοσία του μπαρ αλλά και χώρο για την εγκατάσταση ηλεκτρονικών υπολογιστών ακόμα θα υπάρχει υποσταθμό της ΔΕΗ αλλά και άλλοι βοηθητικοί χώροι για το προσωπικό. Ακόμα θα εγκατασταθεί υδραυλικός ανελκυστήρας για την επικοινωνία τριών επιπέδων με δυνατότητα χρήσης και από ΑΜΕΑ αλλά και μικρότερος ανελκυστήρας ενός ατόμου που θα συνδέει όλα τα επίπεδα μέχρι και το υπόγειο. Ακόμα θα εγκατασταθεί κεντρικό κλιμακοστάσιο στη θέση του υπάρχοντος το οποίο όμως θα κατασκευαστεί από την αρχή για να αντικαταστήσει το υπάρχον.

Η δεύτερη ενότητα αναφέρεται στην επέκταση νέου πενταόροφου κτιρίου σε απόσταση 6 μέτρων από την υπάρχουσα υποδομή. Το νέο κτίριο θα περιλαμβάνει όλα τα δωμάτια του ξενοδοχείου δίκλινα, μονόκλινα και τρίκλινα με τα λουτρά τους το καθένα θα έχει τον απαραίτητο για την κατηγορία 4<sup>η</sup> εξοπλισμό, επίπλωση με βάση το τι ορίζει ο ΕΟΤ. Ακόμα θα έχει εστιατόριο, λινόθηκες αλλά και διαδρομές κυκλοφορίας ανά όροφο, δυο κλιμακοστάσια, από το ένα θα είναι κλιμακοστάσιο κίνδυνο, ανελκυστήρες πελατών και προσωπικού.

Στο ισόγειο του κτιρίου εκτός από τα δωμάτια θα υπάρχουν η αίθουσα του εστιατορίου με μικρό χώρο προετοιμασίας, ενώ το μαγειρείο θα τοποθετείται στο Α' υπόγειο μαζί με πρόσθετους χώρους. Για την άμεση επικοινωνία του εστιατορίου με το μαγειρείο θα τοποθετηθεί μικρό ασανσέρ το οποίο θα καλύπτει όλες τις ανάγκες του κτηρίου σε επίπεδο εφοδιασμού αλλά και για τη διακίνηση των πρωινών στα δωμάτια των πελατών.

Στο Α' υπόγειο θα ενταχθούν όλοι οι βοηθητικοί χώροι που θα

καλύπτουν τις ανάγκες του ξενοδοχείου όπως είναι αποθήκες τροφίμων, επίπλων, οι τουαλέτες των πελατών, τα ντους του προσωπικού και οι τουαλέτες του προσωπικού, το λεβητοστάσιο ενώ στον υπόλοιπο χώρο θα κατασκευαστεί παρκινγκ για τους πελάτες του ξενοδοχείου. Το επίπεδο Β θα εκτείνεται σε όλη την επιφάνεια του οικοπέδου, όπου θα είναι το ξενοδοχείο και θα καλύπτει όλες τις ανάγκες στάθμευσης (βλέπε Πίνακες 5.1 και 5.2)

**Πίνακας 5-1: Δωμάτια/Αριθμός κλινών**

<b>ΔΩΜΑΤΙΑ</b>	<b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ</b>
<b>6 ΜΟΝΟΚΛΙΝΑ</b>	<b>6 ΚΛΙΝΕΣ</b>
<b>22 ΔΙΚΛΙΝΑ</b>	<b>44 ΚΛΙΝΕΣ</b>
<b>9 ΤΡΙΚΛΙΝΑ</b>	<b>27 ΚΛΙΝΕΣ</b>
<b>37 ΔΩΜΑΤΙΑ</b>	<b>77 ΚΛΙΝΕΣ</b>



**Πίνακας 5-2: Δωμάτια και κλίνες ανά όροφο**

Είδος	Αριθμός Κλινών ανά όροφο	Ισόγειο	Α΄ ΟΡΟΦΟΣ	Β΄ ΟΡΟΦΟΣ	Γ΄ ΟΡΟΦΟΣ	Δ΄ ΟΡΟΦΟΣ	Σύνολο δωματίων	Σύνολο κλινών
Μονόκλινα		-	2	2	1	1	6	6
Δίκλινα		-	4	4	5	5	18	36
Δίκλινα AMK		4	-	-	-	-	4	8
Τρίκλινα		1	2	2	2	2	9	27
Σύνολα							37	77

Στη συνέχεια ακολουθεί μελέτη διακόσμησης και επίπλωσης η οποία έχει μεγάλη σημασία στη διακόσμηση των εσωτερικών χώρων του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο μέσω της διακόσμησης του, θα επιδιώξει να εκφράσει το πολιτισμικό και αρχιτεκτονικό περιβάλλον της περιοχής.

## 5.2 Περιγραφή Μηχανολογίας και τεχνολογίας

Τα υλικά κατασκευής θα επιλεγούν με μεγάλη προσοχή, ώστε να υπάρχει τέλεια εναρμόνιση με το φυσικό περιβάλλον αλλά και με τον ευρύτερο χώρο του ξενοδοχείου. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν κλιματιστικά για τη καλή διαχείριση της θερμοκρασίας στα δωμάτια, όλα τα δωμάτια έχουν ζεστό νερό λόγω της ύπαρξης ηλιακού και ηλεκτρονικού θερμοσίφωνα. Τα στοιχεία τα οποία θα πρέπει να συμπεριληφθούν, είναι τα ακόλουθα: Υδραυλικές και ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις.

Σύστημα πυρόσβεσης, Σύστημα κλιματισμού και σύστημα εξαερισμού, τηλεφωνικό δίκτυο και δίκτυο Wi-Fi, κλειστό κύκλωμα παρακολούθησης 24/7 με καταγραφικό 2tb (CCTV), αποχετευτικό σύστημα βιολογικού καθαρισμού, ειδικό φίλτρο για μετατροπή σε πόσιμο νερό. Το ξενοδοχείο θα επενδύσει στις νέες τεχνολογίες και ευρύτερα στις καινοτόμες δράσεις.

Τέλος θα πρέπει το ξενοδοχείο να διαθέτει τα ακόλουθα: Είδη

ματισμού, στρώματα, μαξιλάρια, ηλεκτρικές συσκευές, τηλεοράσεις, minibar για τα δωμάτια, κλιματιστικά κ.α., εξοπλισμό υποδοχής για reception όπως Η/Υ, ταμειακές μηχανές, POS, έπιπλα με bohostyle για τον καλλωπισμό της μονάδας, είδη διαμόρφωσης περιβάλλοντα χώρου όπως φυτά, πέργκολες, σκίαστρα κ.α.

### **5.3 Τεχνική περιγραφή κτιριακών**

Η κατασκευή του ξενοδοχείου θα γίνει από κατασκευαστική εταιρεία η οποία θα αναλάβει όλες τις εργασίες εντός και εκτός του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχείο θα ακολουθήσει την ελληνική νομοθεσία και τα διεθνή πρότυπα οικοδόμησης, αναφορικά με τον τρόπο κατασκευής και δόμησης των χώρων του.

### **5.4 Ειδικός μηχανολογικός εξοπλισμός**

Οι ηλεκτρικές εγκαταστάσεις περιλαμβάνουν τα ακόλουθα: α) Οι πίνακες χαμηλής τάσης, του πίνακες στο περιβάλλοντα χώρο και τέλος τα σημεία αναφοράς και οι διάφορες διαδικασίες διανομής ηλεκτρική ενέργειας, β) Σημαντικές για το ξενοδοχείο είναι η διαχείριση των κατάλληλων υδραυλικών

### **5.5 Έργα περιβάλλοντος χώρου**

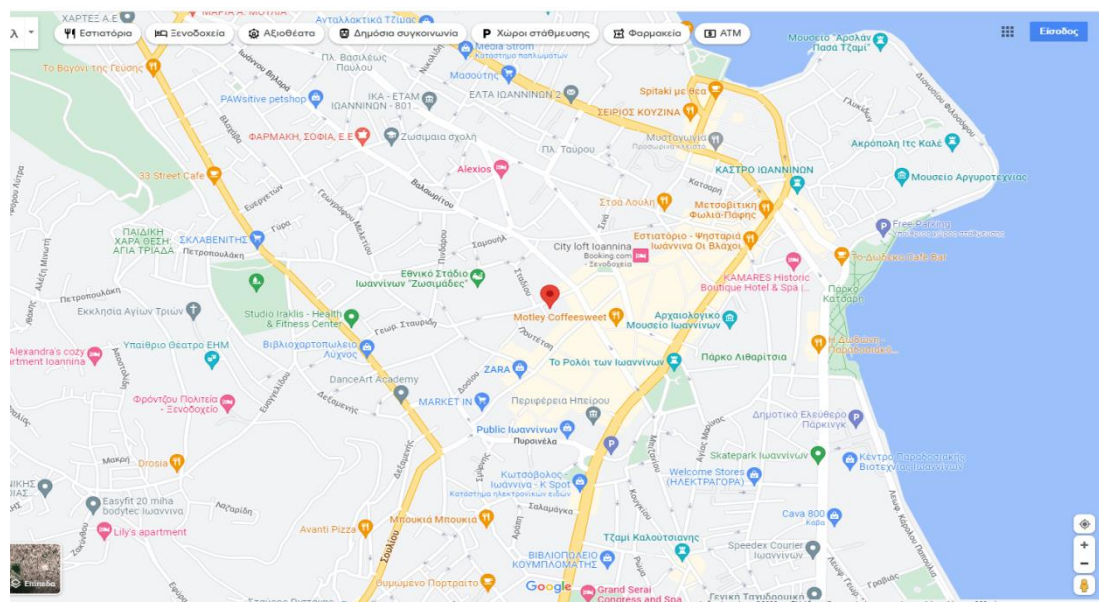
Η διαμόρφωση των έργα περιβάλλοντος χώρου είναι τα ακόλουθα για το ξενοδοχείο: Την κατασκευή σκληρών επιφανειών, κλπ. Την τελική διαμόρφωση των κήπων. Την φύτευση των χωμάτινων επιφανειών. Τον φωτισμό του χώρου. Την κατασκευή συστήματος άρδευσης και τη διαμόρφωση του parking.

## 5.6 Ξενοδοχειακός εξοπλισμός και μεταφορικά μέσα

Τέλος το ξενοδοχείο για να λειτουργήσει σωστά μετά την επικείμενη ίδρυση του θα πρέπει να παράγει και να προσφέρει ποιότητα και υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών προκειμένου να καλύψει αποτελεσματικά τις ανάγκες των πελατών του. Ο εξοπλισμός θα πρέπει να είναι πλήρης και φιλικός για το περιβάλλον.

## 5.7 Συνολικές εργασίες ίδρυσης μονάδας

Όπως προαναφέρθηκε η υπό μελέτη επένδυση αφορά την ίδρυση 4 αστέρων ξενοδοχείου στην πόλη των Ιωαννίνων. Η ξενοδοχειακή μονάδα θα εγκατασταθεί σε οικοπέδο με υφιστάμενη διατηρητέα κατοικία. Βάσει των δεδομένων της αγοράς ανάλογα ακίνητα στην περιοχή, το κόστος απόκτησης του οικοπέδου και της κατοικίας είναι στα 500.000€ (το 20% αφορά την αξία του οικοπέδου και το 80% την αξία του διατηρητέου κτιρίου) (spitogatos, 2022).



Εικόνα 5-1: Τοποθεσία

Πηγή: Googlemaps, (2022)

Στην συνέχεια υπολογίζονται το κόστος μετατροπής του διατηρητέου οικήματος και της κατασκευής της νέας ξενοδοχειακής μονάδας. Κύριοι παράγοντες για την διαμόρφωση του κόστους κατασκευής είναι (ΝΗΡΗΙΣ, 2022):

- η δυναμικότητα του ξενοδοχείου
- η κατηγορία βάσει των αστέρων
- ο τύπος της ξενοδοχειακής μονάδας, δηλαδή αν πρόκειται για επιπλωμένα διαμερίσματα, συμβατικό τύπο ξενοδοχείου, διατηρητέο, κλπ
- τα ειδικά χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου
- ο τόπος κατασκευής, δηλαδή αν βρίσκεται στην ηπειρωτική χώρα, σε νησιά, κλπ

Βάσει του πρότυπου κόστους κατασκευής ανά κατηγορία ξενοδοχείου υπολογίζονται στην συνέχεια τα κόστη κατασκευής και μηχανολογικού εξοπλισμού, αλλά και τα λοιπά κόστη (ΝΗΡΗΙΣ, 2022). Στο κόστος των κτιριακών εγκαταστάσεων περιλαμβάνονται όλες οι συνηθισμένες δαπάνες για την έκδοση της οικοδομικής άδειας, τη μελέτη και την επίβλεψη του μηχανικού του έργου, για ηλεκτρολογικές και υδραυλικές εγκαταστάσεις.

#### Πίνακας 5-3: Κόστος κατασκευής 4\* ξενοδοχείου

	Κόστος €/τ.μ.	τ.μ.	Συνολικό κόστος
Κύριοι χώροι	1.430	1.813	2.592.590
Υπόγεια βοηθητικές χρήσεις	715	612	437.580
Ημιυπαίθριοι χώροι	455	107	48.685
			<b>3.078.855</b>

Το κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού της μονάδας κυμαίνεται μεταξύ 8% και 13% του προϋπολογισμού του κόστους κατασκευής. Στην συγκεκριμένη περίπτωση λαμβάνεται 10%, δηλαδή 307.886€. Σε αυτό το κόστος

περιλαμβάνεται ο απαραίτητος εξοπλισμός κλιματισμού-θέρμανσης, οι ανελκυστήρες, ο εξοπλισμός πυροπροστασίας και η πισίνα.

Το κόστος του ξενοδοχειακού εξοπλισμού περιλαμβάνει τόσο των εξοπλισμό των δωματίων (έπιπλα, ηλεκτρικές συσκευές, λευκά είδη, κλπ) όσο και των κοινόχρηστων χώρων. Το είδος των τιμών σε ένα διατηρητέο ξενοδοχείο εκτιμάται στα 5.225€-7.260€ ανά κλίνη. Στην συγκεκριμένη περίπτωση λαμβάνεται το μέσο κόστος των 5.243€ ανά κλίνη, δηλαδή 480.673€ συνολικά (77 κλίνες). Το κόστος διαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρου υπολογίζεται από το 5% του κόστους ανά τετραγωνικό μέτρο των κύριων κτιριακών εγκαταστάσεων επί τα τ.μ. του ακάλυπτου χώρου του οικοπέδου (439 τ.μ.). Επειδή το συνολικό κόστος κατασκευής των κτιριακών εγκαταστάσεων είναι 1.430€/τ.μ. το κόστος διαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρου είναι 72€/τ.μ., δηλαδή 31.368€ συνολικά.

Τέλος υπολογίζεται το κόστος μετατροπής του διατηρητέου κτιρίου, σε χώρο που θα περιλαμβάνει την υποδοχή, το εστιατόριο, το μπαρ και τους λοιπούς κοινόχρηστους χώρους των πελατών. Το κόστος εκσυγχρονισμού του διατηρητέου κτιρίου υπολογίζεται ως ποσοστό ανά εργασία επί του συνολικού κόστους κατασκευής των κύριων κτιριακών εγκαταστάσεων (2.592.590€), ως εξής:

**Πίνακας 5-4: Κόστος εκσυγχρονισμού του διατηρητέου κτιρίου**

A/A	Εργασία	Ποσοστό συμμετοχής στο κόστος	Κόστος
1	Εκσκαφές	1,00%	25.926
2	Σκυροδέματα	10,00%	259.259
3	Τοιχοποιία	4,00%	103.704
4	Επιχρίσματα	4,50%	116.667

5	Δάπεδα	4,00%	103.704
6	Μάρμαρα	0,50%	12.963
7	Επενδύσεις τοίχων	2,00%	51.852
8	Χρωματισμοί	2,00%	51.852
9	Είδη υγιεινής	1,00%	25.926
10	Ξυλουργικά	4,50%	116.667
11	Εξωτερικά κουφώματα	2,00%	51.852
12	Υαλοπίνακες	0,50%	12.963
13	Μονώσεις- Στεγανώσεις	0,50%	12.963
14	Σιδηροκατασκευές	1,00%	25.926
15	Υδραυλικά	2,00%	51.852
16	Ηλεκτρικά	2,50%	64.815
	Μερικό κόστος	42,00%	1.088.888
17	Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού		108.889
<b>Συνολικό κόστος</b>			<b>1.197.777</b>

Βάσει των παραπάνω, στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται το αρχικό κόστος κατασκευής και εξοπλισμού της ξενοδοχειακής μονάδας.

**Πίνακας 5-5: Κόστος κατασκευής, εκσυγχρονισμού & εξοπλισμού της ξενοδοχειακής μονάδας**

<b>Κόστος προεπενδυτικών μελετών και ερευνών</b>	<b>24.600</b>
Αγορά οικοπέδου και διατηρητέας κατοικίας	500.000
<i>Οικόπεδο</i>	<i>100.000</i>
<i>Διατηρητέο</i>	<i>400.000</i>
Κόστος κατασκευής 4* ξενοδοχείου	3.078.855
Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού	307.886
Κόστος ξενοδοχειακού εξοπλισμού	480.673
Κόστος εκσυγχρονισμού του διατηρητέου κτιρίου	1.197.777
Κόστος διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου	31.368
<b>Σύνολο επένδυσης</b>	<b>5.621.157</b>

## **Κεφάλαιο 6: Οργάνωση ξενοδοχειακής μονάδας**

### **6.1 Οργάνωση και Διοίκηση Ξενοδοχειακής επιχείρησης**

Ο όρος Οργανισμός αναφέρεται συνήθως σε οργανωτική δράση. Με άλλα λόγια, ένας οργανισμός θα μπορούσε να οριστεί ως μια ξεχωριστή κοινωνική οντότητα ή μια συλλογή ανθρώπων που, με συγκεκριμένες διαδικασίες, συστήματα, μεθόδους και πόρους, επιδιώκουν να επιτύχουν στόχους για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η οργάνωση αναφέρεται σε κάποια βασικά στοιχεία που τη συνθέτουν. Αυτοί είναι: Τα άτομα που την απαρτίζουν. Αυτοί που αλληλεπιδρούν (αναπτύσσουν σχέσεις) μεταξύ τους και παίζοντας ρόλους αναπτύσσουν δραστηριότητες που οδηγούν στην υλοποίηση έργων ή στην επίτευξη αποτελεσμάτων και, τελικά, στην ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών. Τους στόχους που έχει θέσει η ίδια η οργανωτική δράση που δημιουργείται από στόχους και ικανοποιεί τους στόχους (ατομικούς ή ομαδικούς), σε μικρό ή μεγάλο βαθμό, καθώς και τις ανάγκες των ατόμων ή των ομάδων που τη συνθέτουν. Η ικανοποίηση (άμεση ή έμμεση) των αναγκών του ατόμου, μέσω του οργανισμού, είναι ο λόγος της εθελοντικής συμμετοχής του σε αυτήν.

Αναφορικά με τον καταμερισμό εργασιών η οργάνωση δεν είναι απλώς ένα άθροισμα ανθρώπων ή λειτουργιών. Υπάρχει μια συνειδητή δόμηση των ρόλων και των σχέσεών τους. Το συνολικό έργο χωρίζεται σε καθήκοντα από τα οποία προκύπτουν ρόλοι που αναλαμβάνουν να εκτελέσουν τα μεμονωμένα μέλη. Η λειτουργία και η δράση της σχεδιάζονται και συντονίζονται. Η επιτυχής κατανομή των ευθυνών μεταξύ των ατόμων και η σωστή συνεργασία μεταξύ τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την επιτυχία των δραστηριοτήτων του οργανισμού. Η λειτουργία του οργανισμού βασίζεται στην αρχή του ελέγχου και στον αριθμό των ατόμων που πρέπει να περιλαμβάνει η μονάδα. Ο βέλτιστος αριθμός εργαζομένων στην εν λόγω ξενοδοχειακή μονάδα εξαρτάται από τους ακόλουθους παράγοντες: το είδος της εργασίας που πρέπει να γίνει, δεξιότητες και κατάρτιση των εργαζομένων, η ικανότητα και η εμπειρία του υπευθύνου, ο στόχος που θέτει η εταιρεία για την ποιότητα των υπηρεσιών



που παράγει, τα όρια με τα οποία ξεχωρίζει, μέσα στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Κάθε οργανισμός είναι μια κοινωνική οντότητα με τα δικά του στοιχεία και χαρακτηριστικά, δομές, σκοπούς, ανθρώπους κ.λπ., που τον διακρίνουν από τους άλλους οργανισμούς και το περιβάλλον του γενικότερα.

Αποτελεί δηλαδή μια ξεχωριστή «οντότητα», η οποία προφανώς δέχεται πολυάριθμες αλληλεπιδράσεις και αλληλεξαρτήσεις από το περιβάλλον. Η διάρκεια, η οποία είναι ενεργή. Η οργάνωση δεν είναι ένα αυθόρμητο και «στιγμιαίο» κοινωνικό φαινόμενο, αλλά έχει συνέχεια στο χρόνο. Η υπό ανάλυση μονάδα είναι εποχιακή λειτουργία, διάρκειας 6 μηνών (Μάιος-Οκτώβριος).

## 6.2 Έξοδα Γενικά και Εξωτερικών συνεργατών

### 6.2.1 Έξοδα λοιπών εξωτερικών συνεργατών

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα λειτουργήσει με την συνδρομή διαφόρων εξωτερικών συνεργατών που θα καλύψουν τις ανάγκες της σε ασφάλιση, νομική βοήθεια, περιποίηση του κήπου, συντηρήσεις και επισκευές. Με βάση το μέσο μηνιαίο κόστος για την λήψη των παραπάνω υπηρεσιών οι δαπάνες για τα πρώτα δέκα έτη λειτουργίας στον ακόλουθο πίνακα. Τα έξοδα αυτά είναι ανά μήνα και υπολογίζεται ότι θα έχουν 3% αύξηση ανά έτος.

**Πίνακας 6-1: Έξοδα εξωτερικών συνεργατών**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	Μηνιαία	Ετήσια									
<b>Ασφάλεια</b>	50	600	618	637	656	675	696	716	738	760	783
<b>Νομική κάλυψη</b>	80	960	989	1.018	1.049	1.080	1.113	1.146	1.181	1.216	1.253
<b>Κηπουρός</b>	60	720	742	764	787	810	835	860	886	912	939
<b>Επισκευές - Συντηρήσεις</b>	200	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701	2.782	2.866	2.952	3.040	3.131

## 6.2.2 Γενικά και Έκτακτα έξοδα

### ➤ Κόστος πρώτων υλών

Το κόστος πρώτων υλών για την παροχή εσόδων διαμονής (ιματισμού, καθαριότητας, κλπ) υπολογίζεται στο 1,5% των εσόδων, ενώ το κόστος για την παρασκευή των γευμάτων και τις προμήθειες του μπαρ στο 20% των εσόδων από το μπαρ.

### ➤ Προμήθεια πωλήσεων

Θεωρείται ότι το 50% των εσόδων διαμονής θα προέλθουν από πλατφόρμες τρίτων ενώ το υπόλοιπο 50% απευθείας από την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου. Το ύψος της προμήθειας καθορίζεται στο 8% της τιμής πώλησης.

### ➤ Λοιπά λειτουργικά και μη έξοδα

Μια ακόμα λειτουργική δαπάνη για την επιχείρηση είναι τα έξοδα ηλεκτρικής ενέργειας και ύδρευσης που υπολογίζεται στο 3% των συνολικών εσόδων του έτους.

Το ετήσιο κόστος για τηλεπικοινωνίες και internet υπολογίζεται σε 1.800€ (150€ μηνιαίως) και εκτιμάται ότι θα αυξάνει 3% ετησίως.

Για την κάλυψη τυχόν εκτάκτων εξόδων υπολογίζεται ετήσιο ποσό 500€ το οποίο θα παραμείνει σταθερό την πρώτη δεκαετία.

Τέλος για την πρόβλεψη των καθαρών αποτελεσμάτων, ο ετήσιος φόρος εισοδήματος υπολογίζεται με συντελεστή 22% (Taxheaven, 2022).

## **Κεφάλαιο 7: Ανθρώπινοι πόροι**

### **7.1 Αξιολόγηση και επιλογή ανθρώπινου δυναμικού**

Η επιλογή ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για την εκάστοτε εταιρεία. Η διαδικασία επιλογής προσωπικού ακολουθεί συγκεκριμένη μεθοδολογία ως προς τη συλλογή πληροφοριών για τον υποψήφιο, με στόχο να διαπιστωθεί εάν το συγκεκριμένο άτομο θα προσληφθεί. Αρχικά, θα πρέπει να είναι γνωστή η φύση της εργασίας και τυχόν δυσκολίες που προκύπτουν. Ζητείται λοιπόν από τους υποψηφίους η αναγνώριση των προσωπικών χαρακτηριστικών και των τεχνικών δεξιοτήτων τους, μέσω διαδικασιών, που συνδέονται με τη συγκεκριμένη θέση εργασίας.

Η διαδικασία αξιολόγησης / επιλογής ολοκληρώνεται συνήθως μετά από 1-2 συνεντεύξεις. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδρομής, θα πρέπει να διατυπωθούν κατάλληλες και εξειδικευμένες ερωτήσεις μέσω των οποίων θα εξαχθεί το πληρέστερο προφίλ των υποψηφίων, αλλά και θα αξιολογηθεί η ικανότητα του υποψηφίου να τηρεί την οργανωτική κουλτούρα της εταιρείας και την ικανότητά του να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του επιδιωκόμενης εργασίας και τέλος ο βαθμός ανάπτυξης και χρήσης των δεξιοτήτων κάποιου. Κάθε εταιρεία έχει διαφορετικά κριτήρια επιλογής. Στον ξενοδοχειακό κλάδο δίνεται ιδιαίτερη βάση στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε εργαζόμενου. Για το λόγο αυτό, εκτός από την εκπαίδευση (πτυχίο), την επαγγελματική εμπειρία και τις βασικές γνώσεις/δεξιότητες, σημαντικό είναι και το συμπεριφορικό προφίλ του υποψηφίου.

Η διαδικασία που θα ακολουθήσει το ξενοδοχείο για την πρόσληψη προσωπικού είναι η εξής: 1. Αίτηση για πρόσληψη προσωπικού από τον επικεφαλής του τμήματος στον γενικό διευθυντή 2. Έγκριση από τη διοίκηση 3. Καθορισμός κριτηρίων επιλογής και προδιαγραφών εργασίας 4. Προσδιορισμός πηγών αναζήτησης δυνατοτήτων προσωπικών πελατών 5. Αναζήτηση υποψηφίων 6. Υποψηφιότητες, παρουσίαση προγραμμάτων σπουδών, τεστ γνώσεων 7. Αξιολόγηση συλλεγόμενων στοιχείων, επιλογή των

καλύτερων υποψηφίων 8. Προσωπική συνέντευξη υποψηφίων 9. Επιλογή τελικών υποψηφίων 10. Πρόσληψη και καθορισμός αμοιβής 11. Τοποθέτηση

Όλοι οι εργαζόμενοι, στο πλαίσιο της θέσης εργασίας τους, θα υποβληθούν σε εκπαίδευση και αυτή θα πραγματοποιηθεί μέσω σεμιναρίων πριν την έναρξη της ξενοδοχειακής δραστηριότητας. Η εκπαίδευση αυτή κρίνεται απαραίτητη καθώς μέσω αυτής το προσωπικό θα εκπαιδεύεται και θα έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετεί και να αντιμετωπίζει πιο αποτελεσματικά και αποτελεσματικά τις νέες ανάγκες που μπορεί να προκύψουν.

## **7.2 Περιγραφή και αρμοδιότητες ανθρώπινου δυναμικού**

Προκειμένου να έχει μια επιτυχημένη πορεία, το ξενοδοχείο είναι σημαντικό να εστιάσει στη διαχείριση που ασχολείται με θέματα προσωπικού. Η επικοινωνία διεύθυνσης και προσωπικού είναι απαραίτητη καθώς έτσι οι εργαζόμενοι μπορούν να ενημερώνονται για τις πολιτικές και τα σχέδια του ξενοδοχείου. Στο ξενοδοχείο θα υπάρχουν όσο το δυνατόν λιγότερα διοικητικά επίπεδα και αυτό γιατί με αυτόν τον τρόπο οι πληροφορίες φτάνουν στη διεύθυνση άμεσα και πιο γρήγορα.

### **ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΣΤΕΛΕΧΗ**

Γενικός Διευθυντής: Ο Γενικός Διευθυντής ευθύνεται για τη συνολική επιτυχία της ξενοδοχειακής επιχείρησης όπως και για τον προγραμματισμό των δραστηριοτήτων της μονάδας, την οργάνωση των εργασιών που απαιτούνται για την επίτευξη αλλά και την υπέρβαση των εταιρικών στόχων (π.χ. έσοδα), την προσέλκυση, επιλογή και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού και τον έλεγχο ολόκληρης της μονάδας. Ο γενικός διευθυντής διαχειρίζεται κάθε χώρο του ξενοδοχείου με στόχο την άριστη λειτουργία, την επίτευξη φιλικής ατμόσφαιρας για τους πελάτες του και την άμεση και άριστη εξυπηρέτησή τους.

F&B Manager: Ο Διευθυντής F&B είναι υπεύθυνος για τη διασφάλιση της παράδοσης της υπηρεσίας του τμήματος τροφίμων και ποτών. Οι κύριες

αρμοδιότητές του είναι να επιβλέπει και να συντονίζει τη λειτουργία αυτού του τμήματος, να διασφαλίζει ότι προσφέρονται υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και να διασφαλίζει ότι η υπηρεσία που παράγεται στο τμήμα του και το τελικό προϊόν που λαμβάνουν οι πελάτες έχει το άριστο αποτέλεσμα που επιθυμούν οι πελάτες, ώστε να για να ικανοποιήσει και τους πιο απαιτητικούς. Τέλος, θα πρέπει να βελτιστοποιήσει την αλυσίδα εφοδιασμού και τη χρήση πρώτων υλών.

Υπεύθυνος ρεσεψιόν: Ο υπεύθυνος της ρεσεψιόν είναι υπεύθυνος για την ομαλή λειτουργία της ρεσεψιόν του ξενοδοχείου. Χαιρετίζει τους επισκέπτες αλλά χειρίζεται και δυσαρεστημένους πελάτες προσπαθώντας να τους ευχαριστήσει. Η λειτουργία του τηλεφωνικού κέντρου και η περιοδική διαβίβαση των αναφορών για τη λειτουργία του στον Γενικό Διευθυντή εμπίπτουν στις αρμοδιότητές του. Επιπλέον, μεταξύ των αρμοδιοτήτων του είναι η επίβλεψη των κρατήσεων ξενοδοχείων και η εφαρμογή στρατηγικής με στόχο τη μεγιστοποίηση της πληρότητας των δωματίων, η κατανομή δωματίων σε συνεργασία με τον επόπτη ορόφων και ο συντονισμός του τμήματος υποδοχής, οργάνωση της εργασίας των μελών του το τμήμα. Θα πρέπει να παρακολουθεί τους λογαριασμούς των πελατών και να επιβλέπει τον χειρισμό των χρεώσεων και των πληρωμών σε καθημερινή βάση. Τέλος, είναι υπεύθυνος για την πρόσληψη και εκπαίδευση μελών του τμήματος υποδοχής. Το διοικητικό προσωπικό είναι πλήρους απασχόλησης (12 μήνες) ενώ το υπόλοιπο προσωπικό θα προσληφθεί σε εποχική βάση.

Ρεσεψιόν: Υπεύθυνος Κρατήσεων και Μάρκετινγκ: είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση της ιστοσελίδας του ξενοδοχείου, καθώς και για την προώθηση και προώθησή του μέσω των social media. Επιπλέον, ασχολείται με την απάντηση σε οποιοσδήποτε ερωτήσεις πελατών μέσω, για παράδειγμα, τηλεφώνου, e-mail, αλλά επίσης απαντά σε θετικά ή αρνητικά σχόλια στις διάφορες πλατφόρμες, για παράδειγμα κρατήσεις, TripAdvisor. Είναι υπεύθυνος για την οργάνωση του συστήματος κρατήσεων, καθώς και για τη μεγιστοποίηση των ποσοστών πληρότητας των δωματίων και των εισόδων. Θα πρέπει να έχει εμπειρία και γνώσεις σχετικά με ψηφιακές υπηρεσίες και προγράμματα

κρατήσεων ξενοδοχείων, καθώς και ικανοποιητική γνώση διαχείρισης διαφημίσεων και πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης, π.χ. Facebook, Instagram κ.λπ.

**Ρεσεψιονίστ:** Οι ρεσεψιονίστ δεσμεύονται να ικανοποιούν τις ανάγκες του πελάτη από την πρώτη μέχρι την τελευταία στιγμή. Προετοιμάζουν αφίξεις, καλωσορίζουν τους πελάτες και καθορίζουν τις ανάγκες τους κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Επομένως, τα άτομα που θα καλύψουν αυτή τη δουλειά θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από διαθεσιμότητα και ευγένεια. Το ξενοδοχείο θα απασχολεί 3 ρεσεψιονίστ ( 2 θα εργάζονται εναλλάξ πρωινή και απογευματινή ζώνη και 1 νυχτερινός) και 2 Grooms.

**Τμήμα Ορόφων:** Το τμήμα προσφέρει μια από τις σημαντικότερες υπηρεσίες για τη βιώσιμη λειτουργία της εταιρείας. Το προσωπικό του τμήματος είναι υπεύθυνο για έναν καθαρό και ευχάριστο χώρο διαβίωσης, ο οποίος μεγιστοποιεί την ικανοποίηση των επισκεπτών. Ο υπεύθυνος ορόφων παρακολουθεί την οικονομική απόδοση του τμήματος καθαρισμού και την αποτελεσματικότητα του σέρβις λευκών ειδών. Φροντίζει για την καθημερινή καθαριότητα και τακτοποίηση τόσο των δωματίων όσο και των κοινόχρηστων χώρων του ξενοδοχείου. Τέλος, είναι υπεύθυνος για την υλοποίηση της συνεπούς παράδοσης έτοιμων δωματίων στον υπεύθυνο υποδοχής.

**Τμήμα F&B**

**Maître - Bar Manager:** Ο Maître του εστιατορίου θα εκτελεί και χρέη του Bar Manager γιατί η μονάδα είναι μικρή. Ευθύνεται για την συνολική εικόνα προσπαθώντας να μεγιστοποιήσει την πληρότητα στο εστιατόριο και στο bar. Είναι ο άνθρωπος που διοικεί το προσωπικό του τμήματός του σε επίπεδο προσλήψεων, εκπαίδευσης, αξιολόγησης και υποστήριξης.

**Chef:** Ο Chef είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση και τον έλεγχο των αποθεμάτων των πρώτων υλών, ειδικά από άποψη κόστους, αλλά είναι και αυτός που οργανώνει την ομάδα και καθορίζει τα καθήκοντα των ανθρώπων που την απαρτίζουν. Είναι υπεύθυνος για τον σχεδιασμό των μενού που θα

υπάρχουν. Τέλος, με την παρουσία του κατά τη διάρκεια των γευμάτων, ελέγχει αν είναι ικανοποιημένοι οι πελάτες και παρακολουθεί επίσης τη σωστή εξέλιξη της παραγωγής των προϊόντων.

### 7.3 Πρόγραμμα μισθοδοσίας και δαπανών

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι θέσεις εργασίας καθώς και το πλήθος των ατόμων που θα τις καλύψουν και οι σχετικές επιβαρύνσεις. Οι ασφαλιστικές εισφορές των εργαζομένων και των εργοδοτών υπολογίζονται με συντελεστές 13,87% και 22,29% αντίστοιχα (Ημερησία, 2022). Το ετήσιο κόστος εκτός από τον μιστό περιλαμβάνει και τις εργοδοτικές εισφορές. Ειδικά για τους εργαζόμενους που απασχολούνται όλο το έτος το μηνιαίο συνολικό κόστος υπολογίζεται για 14 μήνες ενώ για τους εργαζόμενους 6 μήνες το ετήσιο κόστος για 7 μήνες (συνυπολογίζοντας τα επιδόματα αδειας, Δώρο Πάσχα και Δώρο Χριστουγέννων). Το ετήσιο κόστος αμοιβής των εργαζόμενων εκτιμάται ότι θα αυξάνει 5% ανά έτος.

**Πίνακας 7-2: Κόστος ανθρώπινου δυναμικού 1<sup>ο</sup> έτος λειτουργίας**

Θέση	Άτομα	Μήνες απασχόλησης	Μηνιαίος μικτός μισθός	Εισφορές εργαζόμενου (13,87%)	Εργοδοτικές εισφορές (22,29%)	Ετήσιο συνολικό κόστος
Γενικός Διευθυντής	2	12	2.500	347	557	85.603
Υπεύθυνος κρατήσεων και μάρκετινγκ	1	12	1.600	222	357	27.393
Υπάλληλος υποδοχής	1	12	1.200	166	267	20.545

	1	6	1.200	166	267	10.272
Καμαριέρα	2	12	900	125	201	30.817
	2	6	900	125	201	15.409
Καθαριότητα κοινόχρηστων χώρων	1	12	900	125	201	15.409
Υπεύθυνος κουζίνας	1	12	1.200	166	267	20.545
Βοηθός κουζίνας	2	12	1.000	139	223	34.241
	1	6	1.000	139	223	8.560
Μπάρμαν	1	12	1.200	166	267	20.545
Σερβιτόρος	2	12	900	125	201	30.817
	1	6	900	125	201	7.704
Προϊστάμενος λογιστηρίου	1	12	1.600	222	357	27.393
Υπάλληλος γραφείου - Λογιστήριο	1	12	1.000	139	223	17.121
	<b>20</b>					<b>372.373</b>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Αμοιβές και έξοδα προσωπικού	372.373	390.992	410.541	431.068	452.622	475.253	499.016	523.966	550.165	577.673



## **Κεφάλαιο 8: Τοποθεσία, εγκατάσταση χώρου, περιβάλλον**

### **8.1 Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της νέας μονάδας**

Οι χώροι που καλείται να διαθέσει η ξενοδοχειακή μονάδα για τη σωστή λειτουργία της είναι επαρκείς, ενώ θα καταλαμβάνουν σημαντική έκταση γης. Εκτός από τους χώρους της κεντρικής ξενοδοχειακής μονάδας, την πισίνα, το εστιατόριο, τη ρεσεψιόν και τους αποθηκευτικούς χώρους, θα απαιτηθεί επαρκής χώρος για το χώρο στάθμευσης και τους υπόλοιπους εξωτερικούς χώρους της μονάδας.

### **8.2 Κριτήρια επιλογής τοποθεσίας**

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα βρίσκεται σε συνεχή λειτουργία όλο το έτος. Ως μήνες αιχμής λαμβάνονται οι μήνες Νοέμβριος έως Ιανουάριος, λόγω των χειμερινών δραστηριοτήτων που προφέρει η περιοχή, αλλά και ο Ιούλιος και ο Αύγουστος λόγω των θερινών διακοπών ντόπιων και αλλοδαπών. Ανά μήνα τα ποσοστά πληρότητας στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου το 2019 και το 2020 ήταν (ΕΛΣΤΑΤ, 2021):

#### **Πίνακας 8-1: Πληρότητα κλινών στα ξενοδοχεία ανά μήνα 2019-2020**

	Πληρότητα κλινών %	
	2019	2020
<b>Ετήσια πληρότητα</b>	<b>48,7</b>	<b>29,6</b>
Ιανουάριος	16,8	24,1
Φεβρουάριος	18,4	27,6
Μάρτιος	21,5	9,0
Απρίλιος	26,8	16,8
Μάιος	45,9	22,0
Ιούνιος	65,0	7,6
Ιούλιος	72,9	30,1
Αύγουστος	76,0	51,5
Σεπτέμβριος	63,5	37,9
Οκτώβριος	35,5	32,3
Νοέμβριος	16,9	8,7
Δεκέμβριος	18,7	6,5

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, (2021)

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα η μέση ετήσια πληρότητα των ξενοδοχείων στην Ελλάδα το 2019 ήταν 48,7%, ενώ σημαντικά μειωμένη ήταν το 2020, με μέση πληρότητα 29,6%. Στο σύνολο της χώρας ο μήνας με τη μέγιστη πληρότητα είναι ο Αύγουστος, ενώ αυξημένη είναι η ζήτηση από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο.

Μεταξύ των τεσσάρων Νομών της Ηπείρου, ο Νομός Ιωαννίνων διαχρονικά παρουσιάζει την τρίτη μεγαλύτερη πληρότητα στα ξενοδοχεία μετά τους Νομούς Πρεβέζης και Θεσπρωτίας. Όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα η συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών στα ξενοδοχειακά καταλύματα στον Νομό είναι ημεδαποί, αλλά φαίνεται ότι τα τελευταία έτη (σε σύγκριση με τις αρχές της δεκαετίας του 2010) έχει αυξηθεί η ζήτηση και από αλλοδαπούς. Την διετία 2017-2018 η μέση ετήσια πληρότητα στα ξενοδοχεία προσέγγισε το 30%, ενώ το 2019 υπήρξε μικρή μείωση με την πληρότητα να διαμορφώνεται στο 28,5%. Έπειτα από την σημαντική πτώση στις πληρότητες των ξενοδοχείων το 2020, το 2021 η ετήσια πληρότητα διαμορφώθηκε σε 25% (έναντι 26,4% στο σύνολο των ξενοδοχείων στην Ήπειρο).

**Πίνακας 8-2: Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα στον Δήμο Ιωαννίνων 2010-2021**

---

**Ιωαννίνων**

---

	<b>Αφίξεις αλλοδαπών</b>	<b>Αφίξεις ημεδαπών</b>	<b>Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών</b>	<b>Διανυκτερεύσεις ημεδαπών</b>	<b>Πληρότητα</b>
2010	22.313	210.762	40.507	406.348	32,5%
2011	24.809	217.598	42.469	420.552	29,8%
2012	22.720	183.130	39.724	364.544	24,7%
2013	25.354	192.007	46.133	375.536	25,1%
2014	29.849	205.482	55.424	422.093	27,9%
2015	33.171	203.018	63.122	395.509	25,7%
2016	37.306	216.093	75.478	418.021	27,1%
2017	48.892	237.384	106.072	456.365	29,7%
2018	81.207	321.702	184.577	622.242	29,6%
2019	91.840	296.449	220.670	581.250	28,5%
2020	19.571	125.417	43.647	244.942	16,3%
2021	44.145	164.400	84.384	313.789	25,0%

---

Πηγή: INSETE, (2022), Στατιστικά στοιχεία Περιφέρειας

Βάσει της στρατηγικής για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Περιφέρεια της Ηπείρου εξετάζεται η υλοποίηση επενδύσεων και δράσεων, όπως η επαναξιολόγηση των υποδομών του αερολιμένα Ιωαννίνων, η ανάπτυξη/βελτίωση των λιμενικών υποδομών, η βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας σε σχέση με τους μεθοριακούς σταθμούς, τους χώρους αναμονής και υποδοχής του κοινού, η βελτίωση των οδικών συγκοινωνιών για

παραθαλάσσιους προορισμούς, κλπ. Οι δράσεις αυτές αναμένεται να προσελκύσουν εγχώριο τουρισμό αλλά αλλοδαπό τουρισμό, γεγονός που θα βοηθήσει σε αύξηση της πληρότητας και σε άμβλυνση της εποχικότητας. Στόχος είναι έως το 2030 να υπάρξει 50% αύξηση στις επισκέψεις (σε σχέση με τα μεγέθη του 2019), 66,5% αύξηση στις διανυκτερεύσεις και 95,4% στα έσοδα (INSETE, 2021).

**Πίνακας 8-3: Μεγέθη/Δείκτες για το 2019 και στόχοι για το 2030 της Περιφέρειας Ηπείρου**

Περιφέρεια Ηπείρου							
Ποσοστιαία κατανομή ανά τρίμηνο							
Βασικά Μεγέθη		1ο τρίμηνο	2ο τρίμηνο	3ο τρίμηνο	4ο τρίμηνο	Σύνολο	% Δ Στόχος 2030/2019
Επισκέψεις	2019	7,0%	21,3%	54,8%	17,0%	1.033.149	50,0%
	Στόχος	10,8%	25,1%	42,4%	21,7%	1.550.000	
Διανυκτερεύσεις	2019	6,1%	23,9%	62,5%	7,5%	4.002.526	66,5%
	Στόχος	10,4%	28,3%	47,5%	13,8%	6.665.717	
Εσοδα (σε €)	2019	6,5%	23,0%	59,5%	11,0%	261.328.199	95,4%
	Στόχος	10,5%	26,2%	43,6%	19,7%	510.608.564	

Περιφέρεια Ηπείρου			
Βασικοί Δείκτες	2019	Στόχος	% Δ Στόχος 2030/2019
ΜΔΕ (€)	253	329	30,2%
ΜΔΔ (€)	65	77	17,3%
ΜΔΠ (σε διανυκτερεύσεις)	3,9	4,3	11,0%

Πηγή: INSETE, (2021), Περιφέρεια Ηπείρου: Ετήσια Έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020

Λόγω της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, της ξεχωριστής εμπειρίας διαμονής και των προωθητικών ενεργειών που θα πραγματοποιηθούν η πληρότητα του ξενοδοχείων θεωρείται ότι θα είναι πάνω του μέσου όρου από το πρώτο έτος. Ειδικά για το πρώτο έτος εκτιμάται ότι θα είναι 50%, με δύο μήνες τον Αύγουστο και τον Δεκέμβριο να φθάνει το 60%. Τα μηνιαία ποσοστά πληρότητας θεωρείται ότι θα κατανεμηθούν ανάλογα με την δυναμικότητα των standardrooms και executivesuites. Για τα επόμενα έτη θεωρείται ότι θα διατηρηθεί ένας σταθερός ρυθμός ανάπτυξης της τάξεως του 5%. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα ποσοστά πληρότητας από το πρώτο έως το δέκατο έτος λειτουργίας του ξενοδοχείου ανά μήνα.

**Πίνακας 8-4: Ποσοστά πληρότητας ξενοδοχείου ανά μήνα για τα δέκα πρώτα έτη λειτουργίας**

<b>Έτος</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Ιανουάριος	55,0%	57,8%	60,6%	63,7%	66,9%	70,2%	73,7%	77,4%	81,3%	85,3%
Φεβρουάριος	40,0%	42,0%	44,1%	46,3%	48,6%	51,1%	53,6%	56,3%	59,1%	62,1%
Μάρτιος	40,0%	42,0%	44,1%	46,3%	48,6%	51,1%	53,6%	56,3%	59,1%	62,1%
Απρίλιος	45,0%	47,3%	49,6%	52,1%	54,7%	57,4%	60,3%	63,3%	66,5%	69,8%
Μάιος	45,0%	47,3%	49,6%	52,1%	54,7%	57,4%	60,3%	63,3%	66,5%	69,8%
Ιούνιος	50,0%	52,5%	55,1%	57,9%	60,8%	63,8%	67,0%	70,4%	73,9%	77,6%
Ιούλιος	55,0%	57,8%	60,6%	63,7%	66,9%	70,2%	73,7%	77,4%	81,3%	85,3%
Αύγουστος	60,0%	63,0%	66,2%	69,5%	72,9%	76,6%	80,4%	84,4%	88,6%	93,1%
Σεπτέμβριος	55,0%	57,8%	60,6%	63,7%	66,9%	70,2%	73,7%	77,4%	81,3%	85,3%
Οκτώβριος	40,0%	42,0%	44,1%	46,3%	48,6%	51,1%	53,6%	56,3%	59,1%	62,1%
Νοέμβριος	55,0%	57,8%	60,6%	63,7%	66,9%	70,2%	73,7%	77,4%	81,3%	85,3%
Δεκέμβριος	60,0%	63,0%	66,2%	69,5%	72,9%	76,6%	80,4%	84,4%	88,6%	93,1%
<b>Μέση πληρότητα</b>	<b>50,0%</b>	<b>52,5%</b>	<b>55,1%</b>	<b>57,9%</b>	<b>60,8%</b>	<b>63,8%</b>	<b>67,0%</b>	<b>70,4%</b>	<b>73,9%</b>	<b>77,6%</b>

### **8.3 Περιβαλλοντικές Επιδράσεις**

Για την αποφυγή περιβαλλοντικών προβλημάτων, η ανέγερση κτιρίων θα γίνει η βάση του πολεοδομικού σχεδιασμού, η διάθεση των απορριμμάτων

θα γίνει σε χώρους με επαρκή υποδομή και θα γίνει βιολογικός καθαρισμός για τα υπόλοιπα λύματα. Όλες οι επεμβάσεις στο φυσικό περιβάλλον θα γίνονται βάσει επαρκών μελετών για την αποφυγή υπερβολικής κτιριακής ανάπτυξης χωρίς λόγο. Καθώς όλο το οικόπεδο έχει τεθεί σε αγρανάπαυση, η ξενοδοχειακή μονάδα δεν θα κατασκευαστεί σε βάρος του πρωτογενούς τομέα παραγωγής. Σε ότι αφορά την ύδρευση, προβλέπεται η κατασκευή πηγαδιών, όπως συνηθίζεται στις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες, για μείωση του κόστους κατανάλωσης νερού. Η προμήθεια δεν θα συνίσταται εξ ολοκλήρου σε γεωτρήσεις για αποφυγή πλημμύρας των υδροφοριών στην παραλιακή περιοχή. Τα λύματα θα επεξεργάζονται στον βιολογικό καθαρισμό, ο οποίος έχει βραβευτεί για την άριστη λειτουργία του.

Ως μέρος ενός ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης στερεών αποβλήτων, προβλέπεται χωριστή συλλογή ανακυκλώσιμων υλικών (χαρτί, πλαστικό, μέταλλο και γυαλί) και βιοαποδομήσιμων απορριμμάτων. Το οργανικό κλάσμα θα αποσταλεί για αερόβια βιολογική επεξεργασία (κομποστοποίηση) σε τυπική μονάδα βιολογικού καθαρισμού. Τα επεξεργασμένα λύματα χρησιμοποιούνται για άρδευση και εμπλουτισμό υγροτόπων, καθώς και για βελτίωση του εδάφους. Επιπλέον, με τη συμμετοχή στο πρόγραμμα βιολογικού καθαρισμού, η μείωση των αερίων του θερμοκηπίου θα έχει σημαντικό περιβαλλοντικό όφελος. Η ιδέα της βιωσιμότητας εμπνέεται από την ορθολογική εκμετάλλευση κάθε πηγής ενέργειας σε κάθε δραστηριότητα της μονάδας, ακόμα και από τους ίδιους τους πελάτες, που ζουν την εμπειρία μιας φιλικής προς το περιβάλλον διαμονής. Προκειμένου να μειωθούν οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ακόμη και στο ελάχιστο, μπορούν να διανεμηθούν στους επισκέπτες ενημερωτικά φυλλάδια.

#### **8.4 Αισθητική**

Οι επιπτώσεις στη φυσιογνωμία του χώρου της εν λόγω μονάδας είναι θετικές γιατί: Από την άποψη της αρχιτεκτονικής και σχεδιαστικής δομής των επιμέρους κτιρίων και χώρων του ξενοδοχείου, έχει γίνει και θα καταβληθεί

κάθε δυνατή προσπάθεια να διασφαλιστεί ότι όσον αφορά τον όγκο, τις διαστάσεις, τη θέση και το χρώμα των εξωτερικών επιφανειών δεν προκαλούν και διαταράσσουν το γενικό τοπίο. Ειδικότερα, οι κτιριακές δομές της μονάδας συνδέονται αρμονικά και προσαρμόζονται στο χαρακτηριστικό τοπικό χρώμα και την παραδοσιακή αρχιτεκτονική δομή του τόπου.

Η μονάδα έχει σχεδιαστεί κατάλληλα ώστε να αναγκάζει τον ένοικο να μετακινηθεί σχεδόν σε όλο τον ακάλυπτο χώρο του οικοπέδου, ο οποίος θα αποκτήσει έτσι λειτουργικότητα, διεισδύοντας στον κτισμένο χώρο. Το μέγεθος των κτιριακών κατασκευών που θα ενσωματωθούν στο υπάρχον συγκρότημα θα είναι σύμφωνο με τις προτιμήσεις των σύγχρονων τουριστών που προτιμούν την ανθρώπινη ζεστασιά και τη μη βιομηχανοποιημένη φιλοξενία.

Λόγω της κλίσης που παρουσιάζει, τα κτιριακά συστήματα της μονάδας, κατάλληλα τοποθετημένα ανάμεσα στα πεύκα, δεν διαταράσσουν αισθητικά το τοπίο και εναρμονίζονται με αυτό. Οι ελεύθεροι χώροι της μονάδας θα καλυφθούν με καλλωπιστικά φυτά, θάμνους και δέντρα σε συνδυασμό για να δημιουργήσουν μια αισθητικά περίοπτη σύνθεση που θα συνδυάζεται τέλεια με το σχήμα τοπίου της ευρύτερης περιοχής.



## **Κεφάλαιο 9: Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτέλεσης του έργου**

### **9.1. Χρονοπρογραμματισμός της ξενοδοχειακής μονάδας**

Η φάση σχεδιασμού της εκτέλεσης του έργου περιλαμβάνει την οριστική προσαρμογή των σχεδίων που καταρτίζονται στη φάση της εκτελεστικής μελέτης, προκειμένου να διευκολυνθούν οι κατασκευαστικές εργασίες για την κατασκευή των κτιρίων και τη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου. Τον τελευταίο χρόνο, οι αρχιτέκτονες και το σχεδιαστικό στούντιο επικεντρώθηκαν στις λεπτομερείς κατόψεις των νέων χώρων. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκαν αναλύσεις των αρχικών κατασκευαστικών στοιχείων και υλικών προκειμένου να αναπτυχθούν κατάλληλες οικολογικές μέθοδοι κατασκευής. Το γενικό έργο ορίστηκε ως προς τη διαμόρφωση των εσωτερικών χώρων, συμπεριλαμβανομένων των υλικών και των επιφανειών, και δημιουργήθηκαν διάφορα τεχνικά συστήματα για την επαλήθευση της λειτουργικότητας και της ποιότητας των υλικών που επιλέχθηκαν.

Ο προγραμματισμός των εργασιών για την κατασκευαστική περίοδο αποτελεί θεμελιώδη δραστηριότητα για τη διαχείριση και εκτέλεση κατασκευαστικών έργων. Πρόκειται για την επιλογή της τεχνολογίας, τον καθορισμό των εργασιακών δραστηριοτήτων, την εκτίμηση των απαραίτητων πόρων και του χρόνου που απαιτείται για μεμονωμένες δραστηριότητες, καθώς και τον προσδιορισμό τυχόν αλληλεπιδράσεων μεταξύ των διαφόρων εργασιακών δραστηριοτήτων. Ένα καλό σχέδιο κατασκευής είναι η βάση για την ανάπτυξη του προϋπολογισμού και τον προγραμματισμό του έργου. Εκτός από αυτές τις τεχνικές πτυχές του σχεδιασμού, πρέπει επίσης να λαμβάνονται οργανωτικές αποφάσεις σχετικά με τις σχέσεις μεταξύ των συμμετεχόντων στο έργο. Την ευθύνη για την ορθή και έγκαιρη ολοκλήρωση των εργασιών αναλαμβάνει η κατασκευαστική εταιρεία. Προκειμένου να ανταποκριθεί ταχύτερα η νέα μονάδα στις αρχικές ανάγκες της επιχειρησιακής διαδικασίας,

η ομάδα του διορισμένου προσωπικού περιλαμβάνει πλήρως εκπαιδευμένα και ενημερωμένα στελέχη. «Η φάση εκτέλεσης του έργου περιλαμβάνει το χρονικό διάστημα από την επενδυτική απόφαση έως την έναρξη της επιχείρησης» της ξενοδοχειακής μονάδας. Αυτό περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν για την υλοποίηση της μελέτης σκοπιμότητας μέχρι τη φάση λειτουργίας

**Πίνακας 9-1 Χρονοπρογραμματισμός της ξενοδοχειακής μονάδας**

<b>Δραστηριότητες</b>	<b>Εβδομάδες</b>
Σχέδιο	4
Λήψη αδειών	4
Αρχιτεκτονικά σχέδια	6
Διαμόρφωση περιβάλλοντα χώρου	2
Έργα πολιτικού μηχανικού	4
Ανέγερση σκελετού μπετόν	11
Κατασκευή στεγών	6
Εσωτερικές εργασίες	4
Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών πάρκων	3
Ηλεκτρολογικά	6
Υδραυλικά	6
Βάψιμο τοίχων και όψεων	7
Παραλαβή μηχανολογικού και τεχν. Εξοπλισμού	2
Παραλαβή πρώτων υλών	4
Στελέχωση /Εκπαίδευση Προσωπικού	12
Προπαραγωγικό μάρκετινγκ	20
Εσωτερική διακόσμηση	4
Εγκατάσταση μηχανολογικού και τεχν. Εξοπλισμού	8

Ο πρωταρχικός στόχος στον προγραμματισμό ροής εργασιών είναι ο εντοπισμός εργασιών που μπορούν να εκτελούνται ταυτόχρονα και να επικαλύπτονται με την πάροδο του χρόνου, εξοικονομώντας οικονομικούς πόρους. Πρώτον, είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί ένα αναλυτικό πλάνο των επιμέρους φάσεων και η μεθοδική τους διαμόρφωση μέσα σε ένα χρονικό ορίζοντα. Κάθε μεμονωμένη φάση εμπίπτει στα όρια του χρονοδιαγράμματός της που πρέπει να τηρείται αυστηρά. Οι προσπάθειες συμμόρφωσης με το πρόγραμμα και ο έλεγχός του παρακολουθούνται κατά την εφαρμογή του.

## 9.2. Χρονοδιάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος

Πίνακας 9-2 Χρονοδιάγραμμα Gantt

Δραστηριότητες													
Σχέδιο													
Λήψη αδειών													
Αρχιτεκτονικά σχέδια													
Διαμόρφωση περιβάλλοντα χώρου													
Έργα πολιτικού μηχανικού													
Ανέγερση σκελετού μπετόν													
Κατασκευή στεγών													
Εσωτερικές εργασίες													
Εγκατάσταση													

φωτοβολταικών πάρκων												
Ηλεκτρολογικά												
Υδραυλικά												
Βάψιμο τοίχων και όψεων												
Παραλαβή μηχανολογικού και τεχν. Εξοπλισμού												
Παραλαβή πρώτων υλών												
Στελέχωση /Εκπαίδευση Προσωπικού												
Προπαραγωγικό μάρκετινγκ												
Εσωτερική διακόσμηση												
Εγκατάσταση μηχανολογικού και τεχν. Εξοπλισμού												
Τελικές ενέργειες												
Μήνες	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

## Κεφάλαιο 10: Χρηματοοικονομική ανάλυση & Αξιολόγηση Επενδυτικού Σχεδίου

### 10.1 Ανάλυση Κόστους Επένδυσης

#### 10.1.1 Πάγιο ενεργητικό

Το πάγιο ενεργητικό ή τα πάγια περιουσιακά στοιχεία είναι αυτά που προορίζονται να χρησιμοποιηθούν για τους σκοπούς της επιχείρησης και αναμένεται να προσφέρουν οφέλη πέρα από της μιας ετήσιας περιόδου. Στην συγκεκριμένη περίπτωση αφορούν το οικοπέδο, τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό το κόστος των οποίων παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί.

<b>Κόστος κατασκευής, εκσυγχρονισμού &amp; εξοπλισμού της ξενοδοχειακής μονάδας</b>	
Αγορά οικοπέδου και διατηρητέας κατοικίας	500.000
Κόστος κατασκευής 4* ξενοδοχείου	3.078.855
Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού	307.886
Κόστος ξενοδοχειακού εξοπλισμού	480.673
Κόστος εκσυγχρονισμού του διατηρητέου κτιρίου	1.197.777
Κόστος διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου	31.368
<b>Σύνολο επένδυσης</b>	<b>5.596.557</b>

Για τα πάγια περιουσιακά στοιχεία διενεργούνται οι ετήσιες αποσβέσεις. Η διενέργεια των ετήσιων αποσβέσεων γίνεται με την σταθερή μέθοδο. Βάσει της φορολογικής νομοθεσίας οι αποσβέσεις πραγματοποιούνται με τους ακόλουθους συντελεστές (Μοντεσάντου, 2018):

#### Πίνακας 10-1: Συντελεστές απόσβεσης

	<b>Συντελεστής</b>
Εδαφικές εκτάσεις	0%
Κτίρια και εγκαταστάσεις κτιρίων	4%
Μηχανήματα και εξοπλισμός	10%
Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός	10%
Έξοδα πρώτης εγκατάστασης	10%

Θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το 55% της χρηματοδότησης της επένδυσης καλύπτεται από κρατική επιχορήγηση. Σύμφωνα με τα Ε.Λ.Π. το ύψος της επιχορήγησης έπειτα από την εκταμίευσή του καταχωρείται στις υποχρεώσεις της

επιχείρησης και η απόσβεσή τους γίνεται κατά αναλογία των ετήσιων αποσβέσεων. Το ποσό των αποσβέσεων που αναλογεί στην επιχορήγηση αφαιρείται από το ύψος των υποχρεώσεων (Δουκέρης, 2022).

### Πίνακας 10-2: Ετήσιες αποσβέσεις

	Κόστος κτήσης	Ετήσιες αποσβέσεις	Αποσβέσεις επιχορηγήσεων
Εδαφικές εκτάσεις	100.000	0	0
Κτίρια και εγκαταστάσεις κτιρίων	4.707.999	188.320	103.576
Μηχανήματα και εξοπλισμός	307.886	30.789	16.934
Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός	480.673	48.067	26.437
Έξοδα πρώτης εγκατάστασης	24.600	2.460	1.353
	<b>5.621.157</b>	<b>269.636</b>	<b>148.300</b>

#### 10.1.2 Κεφάλαιο Κίνησης

Το κεφάλαιο κίνησης καλείται να καλύψει τις βραχυχρόνιες ανάγκες της επιχείρησης σε μετρητά. Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των εργασιών της επιχείρησης τα έσοδα και τα έξοδα θα εξοφλούνται τον μήνα που πραγματοποιούνται. Εξαιρούνται οι εισφορές της κοινωνικής ασφάλισης που θα εξοφλούνται τον επόμενο μήνα και ο φόρος εισοδήματος που θα πραγματοποιείται εντός του επόμενου έτους.

#### 10.1.3. Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης

Η εταιρεία δύναται να καλύψει τις ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης από τα ίδια έσοδα και δεν αναμένεται να χρειαστεί βραχυπρόθεσμο δανεισμό.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ταμείο	383.451	781.265	1.229.672	1.731.420	2.291.873	2.916.385	3.610.772	4.381.358	5.235.009	6.179.631
Οφειλόμενες υποχρεώσεις:										
Εισφορές	0	8.751	9.188	9.648	10.130	10.637	11.168	11.727	12.313	12.929
Φ.Ε.	0	160.527	212.977	269.122	328.565	393.281	463.719	540.367	623.753	714.448
Ταμειακό πλεόνασμα	383.451	611.987	1.007.507	1.452.650	1.953.178	2.512.467	3.135.885	3.829.264	4.598.944	5.452.254

#### 10.1.4 Συνολικό κόστος επένδυσης και πηγές χρηματοδότησης

Βάσει των διατάξεων του Αναπτυξιακού Νόμου 4399/2016 «Θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας» στον τομέα του τουρισμού μπορούν να υπαχθούν στην ενίσχυση επενδυτικά σχέδια για την ίδρυση και τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής σε παραδοσιακά ή διατηρητέα κτίρια που αναβαθμίζονται σε κατηγορία τουλάχιστον 2\*. Στην Περιφέρεια της Ηπείρου και συγκεκριμένα στον Νομό Ιωαννίνων το μέγιστο ποσοστό της επιχορήγησης για μικρές επιχειρήσεις ανέρχεται στο 55% των επιλέξιμων δαπανών. Μεταξύ άλλων προϋποθέσεων, οι ΜΜΕ επιχειρήσεις που προέρχονται από τη συγχώνευση ανεξάρτητων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (με απορρόφηση ή τη δημιουργία νέας εταιρείας) μπορούν να λάβουν το μέγιστο ποσό επιχορήγησης. Στην επιχορήγηση μπορούν να υπαχθούν δαπάνες για κτιριακά, πάγια περιουσιακά στοιχεία, εξοπλισμό, εκσυγχρονισμού ειδικών εγκαταστάσεων, συμβουλευτικές υπηρεσίες και συστήματα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας. Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιχορήγηση είναι το 25% του κόστους του επενδυτικού σχεδίου να μην περιέχει καμιά κρατική ενίσχυση, δηλαδή να προέρχεται είτε από ίδια κεφάλαια είτε από εξωτερική χρηματοδότηση (ΓΡΑΦ.Ε.Σ., 2022).

Το υπόλοιπο 45% του κόστους της επένδυσης θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια και από 10ετή τραπεζική χρηματοδότηση. Το τραπεζικό δάνειο θα ληφθεί από την τράπεζα Alpha με αποπληρωμή σε δέκα έτη και την καταβολή εξαμηνιαίων σταθερών δόσεων (με καταβολή 30 Ιουνίου και 31 Δεκεμβρίου κάθε έτους) και σταθερό επιτόκιο 6,5% (Alpha Bank, 2022). Στην συνέχεια παρουσιάζεται ο πίνακας χρηματοδότησης του κόστους επένδυσης.

### Πίνακας 10-3: Πίνακας χρηματοδότησης

	Ποσό	Ποσοστό συμμετοχής
Επιχορήγηση	3.091.637	55,00%
Τραπεζική χρηματοδότηση	1.264.760	22,50%
Ίδια Κεφάλαια	1.264.760	22,50%
	<b>5.621.157</b>	<b>100,00%</b>

#### 10.1.5 Εξυπηρέτηση Δανείου

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η τοκοχρεολυτική απόσβεση του τραπεζικού δανείου. Υπενθυμίζεται ότι το δάνειο θα αποπληρωθεί με σταθερές εξαμηνιαίες δόσεις, σε δέκα έτη.

#### Πίνακας 10-4: Πίνακας αποπληρωμής τραπεζικού δανείου

Αριθμός δόσης	Εξαμηνιαία δόση	Τόκος	Χρεολύσιο	Υπόλοιπο δανείου
1	86.988,81 €	41.104,71 €	45.884,10 €	1.218.876,31 €
2	86.988,81 €	39.613,48 €	47.375,33 €	1.171.500,98 €
3	86.988,81 €	38.073,78 €	48.915,03 €	1.122.585,95 €
4	86.988,81 €	36.484,04 €	50.504,77 €	1.072.081,19 €
5	86.988,81 €	34.842,64 €	52.146,17 €	1.019.935,02 €
6	86.988,81 €	33.147,89 €	53.840,92 €	966.094,09 €
7	86.988,81 €	31.398,06 €	55.590,75 €	910.503,34 €
8	86.988,81 €	29.591,36 €	57.397,45 €	853.105,89 €
9	86.988,81 €	27.725,94 €	59.262,87 €	793.843,03 €
10	86.988,81 €	25.799,90 €	61.188,91 €	732.654,12 €
11	86.988,81 €	23.811,26 €	63.177,55 €	669.476,57 €
12	86.988,81 €	21.757,99 €	65.230,82 €	604.245,75 €
13	86.988,81 €	19.637,99 €	67.350,82 €	536.894,92 €
14	86.988,81 €	17.449,08 €	69.539,72 €	467.355,20 €
15	86.988,81 €	15.189,04 €	71.799,76 €	395.555,43 €
16	86.988,81 €	12.855,55 €	74.133,26 €	321.422,18 €



17	86.988,81 €	10.446,22 €	76.542,59 €	244.879,59 €
18	86.988,81 €	7.958,59 €	79.030,22 €	165.849,37 €
19	86.988,81 €	5.390,10 €	81.598,70 €	84.250,66 €
20	86.988,81 €	2.738,15 €	84.250,66 €	0,00 €
	<b>1.739.776,18 €</b>	<b>475.015,77</b>	<b>1.264.760,40</b>	
		€	€	

Συνοπτικά το ποσό πληρωμής του ετήσιου τόκου καθώς και ανεξόφλητο κεφάλαιο στο τέλος κάθε έτους είναι:

**Πίνακας 10-5: Ετήσια έξοδα τόκων και υπόλοιπο δανείου στο τέλος κάθε έτους**

Έτος	Τόκος	Υπόλοιπο δανείου
1	80.718,19 €	1.171.500,98 €
2	74.557,83 €	1.072.081,19 €
3	67.990,53 €	966.094,09 €
4	60.989,42 €	853.105,89 €
5	53.525,84 €	732.654,12 €
6	45.569,25 €	604.245,75 €
7	37.087,07 €	467.355,20 €
8	28.044,60 €	321.422,18 €
9	18.404,81 €	165.849,37 €
10	8.128,25 €	0,00 €
	<b>475.015,77 €</b>	

## 10.2 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

### 10.2.1 Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ)

Σύμφωνα με τα έσοδα και έξοδα που αναφέρθηκαν στις προηγούμενες ενότητες στην συνέχεια παρουσιάζεται η Κατάσταση Αποτελεσμάτων κατ' είδος της εταιρείας για τα δέκα πρώτα έτη της λειτουργίας της.

**Πίνακας 10-6: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης κατ' είδος 1-10 έτος**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Έσοδα υπηρεσιών										
					1.060.7	1.147.2	1.240.7	1.341.8	1.451.1	1.569.4
Διαμονής	775.377	838.570	906.914	980.827	65	17	15	33	93	65
Εστίασης	303.950	328.722	355.513	384.487	415.822	449.712	486.364	526.002	568.871	615.234
Μείον: Προμήθειες										
πωλήσεων	31.015	33.543	36.277	39.233	42.431	45.889	49.629	53.673	58.048	62.779
Κύκλος εργασιών	1.048.3	1.133.7	1.226.1	1.326.0	1.434.1	1.551.0	1.677.4	1.814.1	1.962.0	2.121.9
(καθαρός)	12	49	50	81	57	40	50	62	16	21
Λειτουργικές δαπάνες:										
Αγορές πρώτων υλών	72.421	78.323	84.706	91.610	99.076	107.151	115.883	125.328	135.542	146.589
Αμοιβές και έξοδα	372.373	390.992	410.541	431.068	452.622	475.253	499.016	523.966	550.165	577.673

προσωπικού

Αμοιβές τρίτων	4.680	4.820	4.965	5.114	5.267	5.425	5.588	5.756	5.928	6.106
Έξοδα προβολής και διαφήμισης	8.000	5.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Αποσβέσεις	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636
Λοιπά έξοδα	34.680	37.373	40.282	43.426	46.824	50.495	54.462	58.749	63.382	68.390
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	286.523	347.606	413.019	482.227	557.732	640.081	729.866	827.728	934.363	1.050.527
Τόκοι	80.718	74.558	67.991	60.989	53.526	45.569	37.087	28.045	18.405	8.128
										1.042.399
Αποτελέσματα προ φόρων	205.804	273.048	345.029	421.237	504.206	594.512	692.778	799.683	915.959	99
Φόρος εισοδήματος	45.277	60.071	75.906	92.672	110.925	130.793	152.411	175.930	201.511	229.328
Καθαρά αποτελέσματα	160.527	212.977	269.122	328.565	393.281	463.719	540.367	623.753	714.448	813.071

### 10.2.2 Προβλεπόμενες ταμειακές ροές

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Λειτουργικές δραστηριότητες</b>											
Καθαρά κέρδη προ τόκων και φόρων		160.527	212.977	269.122	328.565	393.281	463.719	540.367	623.753	714.448	813.071
Πλέον:											
Αποσβέσεις παγίων		269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636	269.636
Προσαρμογές:											
Αύξηση υποχρεώσεων		54.028	15.231	16.295	17.248	18.760	20.399	22.177	24.105	26.196	28.463
Αύξηση αποθεμάτων		-7.481	-610	-659	-713	-771	-834	-902	-976	-1.055	-700
<b>Καθαρές TP από λειτουργικές δραστηριότητες</b>	<b>0</b>	<b>476.710</b>	<b>497.234</b>	<b>554.394</b>	<b>614.736</b>	<b>680.905</b>	<b>752.920</b>	<b>831.278</b>	<b>916.518</b>	<b>1.009.225</b>	<b>1.110.471</b>
<b>Χρηματοδοτικές δραστηριότητες</b>											
Ίδια κεφάλαια	1.264.760	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300	148.300
Επιδότηση	3.091.637	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300	-148.300
Τραπεζικός δανεισμός	1.264.760	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αποπληρωμή τραπεζικού δανεισμού	0	-93.259	-99.420	-105.987	-112.988	-120.452	-128.408	-136.891	-145.933	-155.573	-165.849
<b>Καθαρές TP από χρηματοδοτικές</b>	<b>5.621.157</b>	<b>-93.259</b>	<b>-99.420</b>	<b>-105.987</b>	<b>-112.988</b>	<b>-120.452</b>	<b>-128.408</b>	<b>-136.891</b>	<b>-145.933</b>	<b>-155.573</b>	<b>-165.849</b>

**δραστηριότητες**

<b>Επενδυτικές δραστηριότητες</b>											
Επενδύσεις σε πάγια	-5.621.157	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πωλήσεις παγίων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Καθαρές TP από επενδυτικές δραστηριότητες</b>	<b>-5.621.157</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Καθαρές TP έτους	0	383.451	397.815	448.407	501.748	560.453	624.512	694.387	770.585	853.652	944.621
Ταμειακά αρχής	0	0	383.451	781.265	1.229.672	1.731.420	2.291.873	2.916.385	3.610.772	4.381.358	5.235.009
<b>Ταμειακά τέλους</b>	<b>0</b>	<b>383.451</b>	<b>781.265</b>	<b>1.229.672</b>	<b>1.731.420</b>	<b>2.291.873</b>	<b>2.916.385</b>	<b>3.610.772</b>	<b>4.381.358</b>	<b>5.235.009</b>	<b>6.179.631</b>

### 10.2.3 Ισολογισμός επιχείρησης

Πίνακας 10-7: Ισολογισμός 0-10 έτος

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ενεργητικό											
Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία											
Οικόπεδα	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Κτίρια	4.707.999	4.519.679	4.331.359	4.143.039	3.954.719	3.766.399	3.578.080	3.389.760	3.201.440	3.013.120	2.824.800
Μηχανολογικός εξοπλισμός	307.886	277.097	246.308	215.520	184.731	153.943	123.154	92.366	61.577	30.789	0
Λοιπός εξοπλισμός	480.673	432.605	384.538	336.471	288.404	240.336	192.269	144.202	96.135	48.067	0
Λοιπά άυλα	24.600	22.140	19.680	17.220	14.760	12.300	9.840	7.380	4.920	2.460	0
Σύνολο	5.621.157	5.351.522	5.081.886	4.812.250	4.542.614	4.272.978	4.003.343	3.733.707	3.464.071	3.194.435	2.924.800
Κυκλοφορούντα											

περιουσιακά στοιχεία

Αποθέματα	0	7.481	8.090	8.750	9.463	10.234	11.068	11.970	12.946	14.001	14.701
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	0	383.451	781.265	1.229.672	1.731.420	2.291.873	2.916.385	3.610.772	4.381.358	5.235.009	6.179.631
Σύνολο	0	390.931	789.356	1.238.422	1.740.883	2.302.107	2.927.453	3.622.743	4.394.303	5.249.010	6.194.332
Σύνολο ενεργητικού	5.621.157	5.742.453	5.871.242	6.050.672	6.283.497	6.575.086	6.930.796	7.356.450	7.858.375	8.443.446	9.119.131

Καθαρή Θέση

Μετοχικό κεφάλαιο	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760	1.264.760
Αποθεματικά		148.300	296.599	444.899	593.199	741.498	889.798	1.038.098	1.186.397	1.334.697	1.482.997
Αποτελέσματα εις νέο	0	160.527	373.505	642.627	971.192	1.364.473	1.828.192	2.368.559	2.992.312	3.706.760	4.519.831
Σύνολο	1.264.760	1.573.587	1.934.864	2.352.286	2.829.151	3.370.732	3.982.751	4.671.417	5.443.470	6.306.217	7.267.588

Μακροπρόθεσμες  
υποχρεώσεις

Κρατικές επιχορηγήσεις	3.091.637	2.943.337	2.795.037	2.646.738	2.498.438	2.350.138	2.201.838	2.053.539	1.905.239	1.756.939	1.608.640
Τραπεζικά δάνεια	1.264.760	1.171.501	1.072.081	966.094	853.106	732.654	604.246	467.355	321.422	165.849	0
Σύνολο	4.356.397	4.114.838	3.867.118	3.612.832	3.351.544	3.082.792	2.806.084	2.520.894	2.226.661	1.922.789	1.608.640
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις											
Φόρος εισοδήματος	0	45.277	60.071	75.906	92.672	110.925	130.793	152.411	175.930	201.511	229.328
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	0	8.751	9.188	9.648	10.130	10.637	11.168	11.727	12.313	12.929	13.575
Σύνολο	0	54.028	69.259	85.554	102.802	121.562	141.961	164.138	188.243	214.440	242.903
Σύνολο υποχρεώσεων	4.356.397	4.168.866	3.936.377	3.698.386	3.454.346	3.204.354	2.948.045	2.685.032	2.414.905	2.137.229	1.851.543
Σύνολο καθαρής θέσης & υποχρεώσεων	5.621.157	5.742.453	5.871.242	6.050.672	6.283.497	6.575.086	6.930.796	7.356.450	7.858.375	8.443.446	9.119.131



## 10.3 Χρηματοοικονομικοί δείκτες & μέθοδοι αξιολόγηση επένδυσης

### 10.3.1. Περίοδος αποπληρωμής

Έως και το 8<sup>ο</sup> έτος θα έχουν ανακτηθεί 5.149.398€ της αρχικής επένδυσης και θα υπολείπονται 471.759 τα οποία θα ανακτηθούν από τις καθαρές ταμειακές ροές του 9<sup>ου</sup> έτους. Κατά συνέπεια η περίοδος αποπληρωμής υπολογίζεται σε 8,48 έτη.

	Καθαρά αποτελέσματα	Αποσβέσεις	ΚΤΡ	Αθροιστικές ΚΤΡ
Κόστος επένδυσης	-5.621.157		-5.621.157	-5.621.157
1	160.527	269.636	430.163	-5.190.994
2	212.977	269.636	482.613	-4.708.381
3	269.122	269.636	538.758	-4.169.623
4	328.565	269.636	598.201	-3.571.422
5	393.281	269.636	662.917	-2.908.506
6	463.719	269.636	733.355	-2.175.151
7	540.367	269.636	810.003	-1.365.148
8	623.753	269.636	893.389	-471.759
9	714.448	269.636	984.083	
10	813.071	269.636	1.082.707	

### 10.3.2. Καθαρά Παρούσα Αξία

Για τον υπολογισμό της Καθαρής Παρούσας Αξίας υπολογίζεται το Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου από τις τρεις πηγές χρηματοδότησης. Για την επιχορήγηση λαμβάνεται κόστος 0%. Όπως προαναφέρθηκε το κόστος τραπεζικής χρηματοδότησης είναι 6,5% ενώ για την επένδυση των ιδίων κεφαλαίων απαιτείται απόδοση 15%. Το ΜΣΚΚ είναι:

$$\text{ΜΣΚΚ} = 0,55 * 0\% + 0,225 * 0,065 + 0,225 * 0,15 = 0,484 \text{ ή } 4,84\%$$

Βάσει αυτού του συντελεστή προεξόφλησης η ΚΠΑ της επένδυσης είναι:

	ΚΤΡ	Παράγοντας προεξόφλησης	ΚΠΑ
Κόστος επένδυσης	-5.621.157	1,000	-5.621.157
1	430.163	0,954	410.314
2	482.613	0,910	439.102
3	538.758	0,868	467.567
4	598.201	0,828	495.200
5	662.917	0,790	523.451
6	733.355	0,753	552.350
7	810.003	0,718	581.929
8	893.389	0,685	612.219
9	984.083	0,654	643.253
10	1.082.707	0,623	675.063
			<b>-220.709</b>

Για το συνολικό κόστος της επένδυσης η ΚΠΑ είναι αρνητική και συγκεκριμένα -220.709€. Αν ληφθεί υπόψη το ποσό της επένδυσης που θα χρηματοδοτηθεί από ίδια και τραπεζικά κεφάλαια (2.529.521€) το ΜΣΚΚ είναι:

$ΜΣΚΚ = 0,5 * 0,065 + 0,5 * 0,15 = 0,1075$  ή 10,75% και η ΚΠΑ είναι:

	ΚΤΡ	Παράγοντας προεξόφλησης	ΚΠΑ
Κόστος επένδυσης	-2.529.521	1,000	-2.529.521
1	430.163	0,903	388.409
2	482.613	0,815	393.470
3	538.758	0,736	396.609
4	598.201	0,665	397.624
5	662.917	0,600	397.869
6	733.355	0,542	397.422
7	810.003	0,489	396.351
8	893.389	0,442	394.721
9	984.083	0,399	392.589
10	1.082.707	0,360	390.008
			<b>1.415.552</b>

### 10.3.3. Εσωτερικός συντελεστής απόδοσης

Η αξιολόγηση των επενδύσεων με την μέθοδο του εσωτερικού βαθμού απόδοσης δίνει τον εσωτερικό βαθμό της επένδυσης, δηλαδή του συντελεστή προεξόφλησης που εξισώνει το κόστος της επένδυσης με την

παρούσα αξία των μελλοντικών καθαρών ταμειακών ροών. Στα καθαρά αποτελέσματα προστίθενται οι αποσβέσεις που δεν αποτελούν ταμειακή εκροή για μια επιχείρηση, υπολογίζονται για λογιστικούς λόγους και εκπίπτουν από τα φορολογητέα κέρδη. Κύριο πλεονέκτημα της συγκεκριμένης μεθόδου αξιολόγησης είναι ότι λαμβάνει υπόψη την διαχρονική αξία του χρήματος (Αρτίκης, 2002).

**Πίνακας 10-8: Εσωτερικός βαθμός απόδοσης επένδυσης**

	Καθαρά αποτελέσματα	Αποσβέσεις	KTP
Κόστος επένδυσης	-5.621.157		-5.621.157
1	160.527	269.636	430.163
2	212.977	269.636	482.613
3	269.122	269.636	538.758
4	328.565	269.636	598.201
5	393.281	269.636	662.917
6	463.719	269.636	733.355
7	540.367	269.636	810.003
8	623.753	269.636	893.389
9	714.448	269.636	984.083
10	813.071	269.636	1.082.707
		<b>IRR:</b>	<b>4,14%</b>

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης της επένδυσης είναι 4,14%. Από το συνολικό κόστος της επένδυσης τα 3.091.637€ θα καλυφθούν από την κρατική επιχορήγηση. Με

ίδια κεφάλαια και τραπεζική χρηματοδότηση θα καλυφθούν 2.529.521€ του κόστους επένδυσης. Ως προς αυτά τα κεφάλαια ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι 20,74%.

#### 10.3.4 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (ROE)

Ο δείκτης της αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων δείχνει το καθαρό κέρδος που αντιστοιχεί σε κάθε χρηματική μονάδα ιδίων κεφαλαίων που έχει επενδυθεί στην επιχείρηση. Ο δείκτης υπολογίζεται:

Απόδοση ιδίων κεφαλαίων = καθαρά κέρδη / ίδια κεφάλαια

Η απόδοση ιδίων κεφαλαίων της ξενοδοχειακής μονάδας για τα δέκα πρώτα έτη της λειτουργίας της αναμένεται να είναι:

Έτος	Καθαρά κέρδη	Ίδια κεφάλαια	ROE
1	160.527	1.573.587	10,20%
2	212.977	1.934.864	11,01%
3	269.122	2.352.286	11,44%
4	328.565	2.829.151	11,61%
5	393.281	3.370.732	11,67%
6	463.719	3.982.751	11,64%
7	540.367	4.671.417	11,57%
8	623.753	5.443.470	11,46%
9	714.448	6.306.217	11,33%
10	813.071	7.267.588	11,19%

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων κυμαίνεται περίπου στο 11%.

### 10.4 Χρηματοοικονομικές αναλύσεις

#### 10.4.1 Ανάλυση "Νεκρού Σημείου"

Για τον υπολογισμό του νεκρού σημείου λειτουργίας αρχικά γίνεται η διάκριση των εξόδων σε μεταβλητά και σταθερά.

	Μεταβλητά	Σταθερά
Αγορές πρώτων υλών	72.421	
Προμήθειες	31.015	
Αμοιβές και έξοδα προσωπικού		372.373
Αμοιβές τρίτων		4.680
Έξοδα προβολής και διαφήμισης		8.000
Λοιπά έξοδα	34.680	
Τόκοι		80.718
	<b>138.116</b>	<b>465.771</b>

Η ξενοδοχειακή μονάδα λειτουργεί όλο το έτος και βάσει της δυναμικότητάς της μπορεί να φιλοξενήσει 28.105 άτομα το έτος. Με πληρότητα 50%, τα άτομα που διανέμουν στο ξενοδοχείο το πρώτο έτος είναι 14.053. Η μέση τιμή πώλησης είναι 76,81€ και το μεταβλητό κόστος ανά άτομο είναι 9,83€. Κατά συνέπεια το περιθώριο συνεισφοράς είναι 87,20%.

Πωλήσεις	1.079.327
Μέση ετήσια πληρότητα	50,0%
Άτομα	14.053
Μ.Ο. τιμής ανά μονάδα	76,81
Μεταβλητά κόστη	9,83
Περιθώριο συνεισφοράς	66,98
Ποσοστό συνεισφοράς	87,20%

Για να καλυφθεί το σταθερό κόστος της μονάδας και να επιτύχει μηδενικό κέρδος χρειάζονται:

Νεκρό σημείο (άτομα) = Σταθερά έξοδα / Περιθώριο συνεισφοράς = 465.771 / 66,98 = 6.954 άτομα ετησίως

Νεκρό σημείο (ποσοστό πληρότητας) = Νεκρό σημείο σε άτομα / συνολική δυναμικότητα = 6.954 / 28.105 = 24,74%

Νεκρό σημείο (σε πωλήσεις) = Νεκρό σημείο σε άτομα \* Μέση τιμή ανά άτομο = 6.954 \* 76,81 = 534.119€

#### 10.4.2 Ανάλυση Ευαισθησίας

Στην παρούσα ενότητα εξετάζεται πόσο ευαίσθητη είναι η απόδοση της επένδυσης στην περίπτωση διαφορετικών ποσοστών πληρότητας, που θεωρείται ότι μπορεί να αποτελέσει τον πλέον δύσκολο παράγοντα στην

φάση των προβλέψεων. Για αυτό εξετάζεται ένα δυσμενές και ένα αισιόδοξο σενάριο βάσει των οποίων τα ετήσια ποσοστά πληρότητας είναι κατά μέσο όρο 5% χαμηλότερα και 5% υψηλότερα αντίστοιχα.

#### **Πίνακας 10-9: Ποσοστά μέσης πληρότητας 1<sup>ου</sup> έτους**

	Ποσοστά μέσης πληρότητας 1ου έτους		
	45%	50%	55%
	Δυσμενές	Κανονικό	Αισιόδοξο
IRR στο σύνολο της επένδυσης	1,47%	4,14%	6,60%
IRR ίδια κεφάλαια και δάνειο	16,81%	20,74%	24,54%

Η επένδυση από το 1<sup>ο</sup> έτος της λειτουργίας του ξενοδοχείου αναμένεται να λειτουργήσει με κέρδη. Βάσει της αξιολόγησης με την μέθοδο του εσωτερικού βαθμού απόδοσης η επένδυση θα πρέπει να πραγματοποιηθεί, γιατί θα αυξήσει τον πλούτο των μετόχων.

### **10.5 Αξιολόγηση επένδυσης και συμπεράσματα**

Από την αξιολόγηση της επένδυσης (όπως παρουσιάζεται στις προηγούμενες ενότητες) διαπιστώθηκε ότι αναμένεται να είναι κερδοφόρα και να αυξήσει τον πλούτο των μετόχων της. Στο σύνολο της επένδυσης ακόμα και σε ένα δυσμενές σενάριο όπου η μέση πληρότητα του πρώτους έτους θα είναι 45%, ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης θα είναι 1,47%, ενώ λαμβάνοντας υπόψη μόνο το ύψος της επένδυσης που θα καλυφθεί από ίδια και τραπεζικά κεφάλαια ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης θα είναι 16,81% στο δυσμενές σενάριο. Υπό κανονικές συνθήκες και καλύπτοντας το κόστος των τραπεζικών και ιδίων κεφαλαίων η επένδυση αναμένεται να έχει Καθαρά Παρούσα Αξία 1.415.552€ σε βάθος δεκαετίας. Για να

καλυφθούν τα έξοδα και να μην υπάρξει κέρδος ή ζημιά, την μονάδα θα πρέπει να επισκεφτούν 6.954 άτομα (με συνολική δυναμικότητα 28.105 ατόμων) δηλαδή να υπάρξει πληρότητα κατά 24,74%. Αυτό θεωρείται ότι είναι ένα βατό ποσοστό, λαμβάνοντας υπόψη ότι το 2019 η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων στο Δήμο Ιωαννίνων ήταν 28,5%. Πέρα από το κέρδος για τους μετόχους, η συγκεκριμένη επένδυση θα προσφέρει οφέλη και στην τοπική κοινότητα, καθώς αναμένεται να απασχολήσει είκοσι εργαζόμενους, να ενισχύσει ντόπιους παραγωγούς και συμβάλει σημαντικά στην προώθηση της πόλης και της ευρύτερης περιοχής λόγω της αύξησης του εγχώριου και του αλλοδαπού τουρισμού. Η συγκεκριμένη επένδυση αξιολογείται θετικά και προτείνεται η υλοποίησή της.

## Βιβλιογραφία

- European Commission (2020) *Emerging marketing*, Available from: <https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/business-portal/getting-know-potential-clients/emerging-mark,13-6-2022>[Accessed 13-6-2022]
- Georgiopoulos, George Vassilis Triandafyllou. The Cost of Coronavirus: Greek Tourism Slump Threatens a Decade of Hard-Won Gains: Reuters, 2020. Ανακτήθηκε από: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-greece-economy-idUSKBN22N0>
- International Tourism Highlights. (2019) *Global Tourism*, Available from: <https://www.e-unwto.org>, Accessed 13-6-2022
- Katemiadis, I., & Papatheodorou, A. (2021). The Importance of Tourism for the Greek Economy: Traits and Development. In *Modeling Economic Growth in Contemporary Greece*. Emerald Publishing Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011) *Marketing Principles*, Athens: Rosili Publications
- Lichrou, M.; O'Malley, L.; Patterson, M. Making Santorini: Reflecting on the past, imagining the future. *J. Place Manag. Dev.* 2017,
- Mair, S. (2020, March, 30). What will the world look like after coronavirus? Four possible futures. The Conversation. [https://theconversation.com/what-will-the-world-be-like-after-coronavirus-four-possible-futures-134085?utm\\_medium=email&utm\\_campaign=Latest](https://theconversation.com/what-will-the-world-be-like-after-coronavirus-four-possible-futures-134085?utm_medium=email&utm_campaign=Latest).
- Mamatzakis, E., Pegkas, P., & Staikouras, C. (2022). Labour market regulations and efficiency in tourism industry. *Tourism Economics*, 13548166221081522.
- Mckinsey & Company 2020. Global surveys of consumer sentiment during the coronavirus crisis. Surveys per country. Available from:



<https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/ourinsights/global-surveys-of-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>

Mourby, A. What Happened on Santorini When the Tourism 'Machine' Stopped. CNN, 2020.

Available online: <https://edition.cnn.com/travel/article/santorini-tourism-coronavirus/index.html>

Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism?. *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656.

OECD. (2020) *Global Tourism*, Available from: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-TrendsPolicies%202020-Highlights-ENG.pdf> [Accessed 13-6-2022]

Papanikos, G. T. (2020). The impact of the Covid-19 pandemic on Greek tourism. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 87-100.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321.

Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.

Sneider, K., & Singhal, S. (2020). Beyond coronavirus: The path to the next normal. *McKinsey & Company*, 5.

STATISTA. Greece: Distribution of Gross Domestic Product (GDP) across Economic Sectors from 2009 to 2019. 2021. Ανακτήθηκε στις 30/1/2022 από: <https://www.statista.com/statistics/276399/distribution-of-gross-domestic-product-gdp-across-economic-sectors-in-greece/>

STATISTA. (2019) *Συνεισφορά του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία*, Ανάκτηση από: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel->

and-tourism--total-economic-contributionworldwide/[Accessed 13-6-2022]

UNWTO World Tourism.(2019) Barometer and Statistical Annex, November 2019 Available from:<https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-2019-nov>[Accessed 13-6-2022]

UNWTO.(2020) *Global arrivals in Tourism*, Available from: <https://www.unwto.org/>[Accessed 13-6-2022]

Vourdoubas, J. An Appraisal of Over-tourism on the Island of Crete, Greece. 2020. Available online: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ijgs/article/view/17224>

World Travel & Tourism Council(2019) *Global Tourism*, Available from:<https://www.e-unwto.org>, Accessed 13-6-2022

Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων (2019). Ανακτήθηκε από: Δήμος Βορείων Τζουμέρκων | Δημοτικές εκλογές – Μάιος 2019 ([ypes.gr](http://ypes.gr))

Δήμος Βόρειων Τζουμέρκων, 2019

Δήμος Δωδώνης (2019). Ανακτήθηκε από: <http://www.dodoni.gr/>

Δήμος Ζαγορίου (2019). Ανακτήθηκε από: <http://www.zagori.gov.gr/>

Δήμος Ζίτσας (2019). Ανακτήθηκε από: <https://www.zitsa.gov.gr/>

Δήμος Ιωαννιτών (2019). Ανακτήθηκε από: <https://www.ioannina.gr/>

Δήμος Κόνιτσας (2019). Ανακτήθηκε από: <http://www.konitsa.gr/>

Δήμος Μετσόβου (2019). Ανακτήθηκε από: <https://metsovo.gr/>

Δήμος Πωγωνίου (2019). Ανακτήθηκε από: <https://metsovo.gr/>

ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ.(2019) Περιοδική Μελέτη, η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

Παπαδάκης, Β.(2012) *Στρατηγικό μάνατζμεντ*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

Πλάγου, Α. (2016). Τουριστικός Οδηγός: Περιφέρεια Ηπείρου,

Περιφερειακή Ενότητα Ιωαννίνων, Όπου η Ομορφιά Περισσεύει.  
Λονδίνο: Ακακία.

ΥΠΑ, ΔΑΑ και FraportGreece.(2019) Επεξεργασία INSETE Intelligence,  
Περιοδική Μελέτη Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: 2018 & 2019 Ά  
Μέρος

Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (2019) και Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών  
(ΔΑΑ)–Επεξεργασία INSETE Intelligence, Περιοδική Μελέτη Διεθνείς  
Αεροπορικές Αφίξεις: 2018 & 2019 Ά Μέρος

Alpha Bank, 2022. Όροι Συναλλαγών: Επιτόκια καταθέσεων - χορηγήσεων.  
Τελευταία Ενημέρωση: 4.7.2022. Αθήνα: Alpha Bank.

INSETE, 2021. Περιφέρεια Ηπείρου: Ετήσια Έκθεση ανταγωνιστικότητας και  
διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος  
2020. INSETE Intelligence.

spitogatos, 2022. spitogatos. [Online] Available at: [HYPERLINK  
"https://www.spitogatos.gr/pwliseis-monokatoikies/center-ioannina"  
https://www.spitogatos.gr/pwliseis-monokatoikies/center-ioannina](https://www.spitogatos.gr/pwliseis-monokatoikies/center-ioannina)  
[Accessed 25 Ιούλιος 2022].

Taxheaven, 2022. Taxheaven. [Online] Available at: [HYPERLINK  
"https://www.taxheaven.gr/klimakes" https://www.taxheaven.gr/klimakes](https://www.taxheaven.gr/klimakes)  
[Accessed 20 Αύγουστος 2022].

Αρτίκης, Γ.Π., 2002. Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Αποφάσεις Επενδύσεων.  
Αθήνα: INTERBOOKS.

ΓΡΑΦ.Ε.Σ., 2022. ΓΡΑΦ.Ε.Σ. Γραφείο Επιχειρηματικών Συμβούλων ΕΕ.  
[Online] Available at: [HYPERLINK "https://www.grafes.gr/investment-  
law4399/schemes/epixeirimatikotita-mikron.html" \l "arthro12"  
https://www.grafes.gr/investment-  
law4399/schemes/epixeirimatikotita-mikron.html#arthro12](https://www.grafes.gr/investment-law4399/schemes/epixeirimatikotita-mikron.html) [Accessed  
18 Αύγουστος 2022].

Δουκέρης, Α., 2022. Taxvoice.gr. [Online] Available at: [HYPERLINK "https://taxvoice.gr/%CE%B5%CE%BB%CF%80/%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%BF%CF%81%CE%B7%CE%B3%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA/"](https://taxvoice.gr/%CE%B5%CE%BB%CF%80/%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%BF%CF%81%CE%B7%CE%B3%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA/)  
<https://taxvoice.gr/%CE%B5%CE%BB%CF%80/%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%BF%CF%81%CE%B7%CE%B3%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA/>  
[Accessed 18 Αύγουστος 2022].

ΕΛΣΤΑΤ, 2021. Δελτίο Τύπου: Αφίξεις και Διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και Κάμπινγκ: Έτος 2020. Αθήνα: Ελληνική Στατιστική Αρχή.

Ημερησία, 2022. Ημερησία. [Online] Available at: [HYPERLINK "https://www.imerisia.gr/ergasia/44463\\_meionontai-kata-05-pm-oi-asfalistikes-eisfores-apo-simera-oi-neoi-misthoi"](https://www.imerisia.gr/ergasia/44463_meionontai-kata-05-pm-oi-asfalistikes-eisfores-apo-simera-oi-neoi-misthoi)  
[https://www.imerisia.gr/ergasia/44463\\_meionontai-kata-05-pm-oi-asfalistikes-eisfores-apo-simera-oi-neoi-misthoi](https://www.imerisia.gr/ergasia/44463_meionontai-kata-05-pm-oi-asfalistikes-eisfores-apo-simera-oi-neoi-misthoi) [Accessed 19 Αύγουστος 2022].

Μοντεσάντου, Λ., 2018. Taxheaven. [Online] Available at: [HYPERLINK "https://www.taxheaven.gr/circulars/27493/arora-pagia-kai-aposbeseis-logistikh-kai-forologikh-bash-omoiothtes-kai-diafores-pinakas-syntelestwn-forologikwn-aposbesewn-kata-logariasmo-logistikhs"](https://www.taxheaven.gr/circulars/27493/arora-pagia-kai-aposbeseis-logistikh-kai-forologikh-bash-omoiothtes-kai-diafores-pinakas-syntelestwn-forologikwn-aposbesewn-kata-logariasmo-logistikhs)  
<https://www.taxheaven.gr/circulars/27493/arora-pagia-kai-aposbeseis-logistikh-kai-forologikh-bash-omoiothtes-kai-diafores-pinakas-syntelestwn-forologikwn-aposbesewn-kata-logariasmo-logistikhs> [Accessed 20 Αύγουστος 2022].

ΝΗΡΗΙΣ, 2022. ΝΗΡΗΙΣΑΕ Consultants & Engineers. [Online] Available at:

HYPERLINK

"<https://www.niriis.gr/%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%B%CE%B5%CF%82/kostos-kataskevis-xenodoheiou/>"

<https://www.niriis.gr/%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%B2%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B5%CF%82/kostos-kataskevis-xenodoheiou/>

[Accessed 25 Ιούλιος 2022].

ΞΕΕ, 2020. Boutique Hotel. [Online] Available at: HYPERLINK

"<https://www.boutique-hotel.gr/el/about-us/>" [https://www.boutique-](https://www.boutique-hotel.gr/el/about-us/)

[hotel.gr/el/about-us/](https://www.boutique-hotel.gr/el/about-us/) [Accessed 15 Ιούλιος 2022].