



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**UNIVERSITY OF PIRAEUS**

---

**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων –**  
**Μάνατζμεντ Τουρισμού (MBA Tourism Management)**

**Μελέτη Σκοπιμότητας Ίδρυσης Ξενοδοχειακής Μονάδας**  
**στο νησί της Πάτμου**

Διπλωματική εργασία της φοιτήτριας  
Σοφίας Λήμνου  
ΑΜ ΔΕΜΤ2020

Επιβλέπων καθηγητής Γεωργακέλλος Δημήτριος

Αθήνα, Ιανουάριος 2023



**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:

.....  
"Μελέτη Σκοπιμότητας Ίδρυσης Ξενοδοχειακής Μονάδας στο νησί της Πάτμου"  
.....

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

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

.....  
Σοφία Λήμνου  
Ονοματεπώνυμο.....

.....  
31/01/2023  
Ημερομηνία.....

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

## Πίνακας Περιεχομένων

<b>1. ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ</b>	9
1.1 Σύνοψη της βασικής ιδέας και του ιστορικού του προγράμματος	9
1.2 Σύνοψη της ανάλυσης αγοράς και του marketing	9
1.3 Σύνοψη των πρώτων υλών και άλλων εφοδίων	9
1.4 Σύνοψη μηχανολογίας και τεχνολογίας	10
1.5 Σύνοψη οργάνωσης μονάδας και γενικών εξόδων	10
1.6 Σύνοψη των ανθρώπινων πόρων	10
1.7 Σύνοψη τοποθεσίας, χώρων εγκαταστάσεων και περιβάλλοντος	10
1.8 Σύνοψη προγραμματισμού και προϋπολογισμού εκτελέσεων επενδυτικού έργου	11
1.9 Σύνοψη χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης επένδυσης	11
<b>2. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ</b>	12
<b>3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING</b>	14
3.1 Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της	14
3.1.1 Ορισμός του τουρισμού και των κλάδων τουρισμού	16
3.1.2 Η τουριστική αγορά στην Ελλάδα και η συμβολή της στην ελληνική οικονομία	19
3.1.3 Ανάλυση της δομής της τουριστικής αγοράς	27
3.1.4 Προβλέψεις και τάσεις του κλάδου για το 2022	36
3.1.5 Βιώσιμος τουρισμός (Sustainable tourism)	40
3.2 Γενικά χαρακτηριστικά κλάδου	42
3.2.1 Ρόλος και τύποι ξενοδοχείων	42
3.2.2 Βασικά χαρακτηριστικά ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας 2021	44
3.2.3 Βασικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης στον ξενοδοχειακό κλάδο για το 2021	47
3.2.4 Βιωσιμότητα και αειφορία του ξενοδοχειακού κλάδου	51
3.3 Ανάλυση της εγχώριας αγοράς	52
3.3.1 Η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και τα Δωδεκάνησα	52
3.3.2 Συνολικό μέγεθος εγχώριας αγοράς και παραγωγής	58
3.3.3 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων κλάδου	60
3.3.4 Τουριστική ζήτηση	61
3.3.5 Τουριστική προσφορά	62
3.4 Ανάλυση των χαρακτηριστικών της αγοράς	63
3.4.1 Το νησί της Πάτμου	63
3.4.2 Ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Πάτμο	71
3.4.3 Θρησκευτικός τουρισμός	75
3.4.4 Ενσυνείδητος (mindful) τουρισμός	77
3.5 Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος	80
3.6 Ανάλυση του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος	84
3.6.1 PESTLE Analysis	84
3.6.2 Πέντε δυνάμεις του Porter	96
3.7 Ανάλυση του εσωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος	97

3.8 Στρατηγική	98
3.9 Marketing	101
3.9.1 Στρατηγικό Marketing (STP)	101
3.9.2 Τακτικό Marketing (7 Ps)	104
3.10 Πρόγραμμα πωλήσεων	109
<b>4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ</b>	<b>112</b>
<b>5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ</b>	<b>115</b>
5.1 Τεχνολογία και εξοπλισμός	115
5.1.1 Δυναμικότητα της μονάδας	115
5.1.2 Επιλογή τεχνολογίας	115
5.1.3 Μηχανολογικός εξοπλισμός	116
5.2 Χωρομετρικά και μηχανολογικά σχέδια της μονάδας	118
5.3 Έργα πολιτικού μηχανικού	119
5.4 Κατασκευή κτιρίων	120
5.5 Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	123
5.6 Μονάδες εξυπηρέτησως και εξοπλισμός	124
5.7 Προμηθευτές και συνεργάτες	128
5.8 Κόστη εξοπλισμού και έργων	129
<b>6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ</b>	<b>132</b>
6.1 Οργάνωση μονάδας	132
6.2 Εξωτερικοί συνεργάτες	133
6.3 Γενικά έξοδα	133
<b>7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ</b>	<b>135</b>
7.1 Δομή, προσόντα και καθήκοντα	135
7.2 Προσέλκυση, επιλογή και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού	136
7.3 Σύστημα αμοιβών και δαπάνη μισθοδοσίας	137
<b>8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</b>	<b>138</b>
8.1 Τοπογραφικό οικοπέδου	138
8.2 Επιπτώσεις στο περιβάλλον της ανέγερσης και λειτουργίας της μονάδας	140
<b>9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ</b>	<b>142</b>
9.1 Στόχοι του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου	142
9.2 Στάδια εκτέλεσης έργου	142
9.3 Προϋπολογισμός εκτελέσεως έργου	145
<b>10. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>	<b>146</b>
10.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης	146
10.2 Χρηματοδότηση επενδυτικού σχεδίου	149
10.3 Ανάλυση κόστους παραγωγής	150
10.4 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων	151
10.5 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση	154
10.6 Συμπεράσματα	158
Βιβλιογραφικές αναφορές	159

## Λίστα πινάκων

Αριθμός	Ονομασία πίνακα	Σελίδα
Πίνακας 1	Κόστη Προμελέτης Σκοπιμότητας	13
Πίνακας 2	Sector response to external changes	15
Πίνακας 3	Εισερχόμενος Τουρισμός 2021	20
Πίνακας 4	Αφίξεις εξωτερικού ανά χώρα προέλευσης, 2016-2021.	21
Πίνακας 5	Δαπάνη εξωτερικού ανά χώρα προέλευσης, 2016-2021.	22
Πίνακας 6	Travel & Tourism GDP Growth, 2021	24
Πίνακας 7	Έμεσα οφέλη του τουρισμού, σε εκ. €	26
Πίνακας 8	Περιφερειακή κατανομή και συμβολή ανά Περιφέρεια, 2021	26
Πίνακας 9	Προϊόντα τουρισμού Ελλάδας	28
Πίνακας 10	Διείσδυση της Ελλάδας σε διεθνείς αγορές για τα κύρια προϊόντα τουρισμού	31
Πίνακας 11	Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2021	44
Πίνακας 12	Τζίρος των ξενοδοχείων ανά Κατηγορία, 2019-2021	46
Πίνακας 13	Κατανομή απασχολούμενων ανά Περιφέρεια και ανά κλάδο δραστηριότητας, 2021	50
Πίνακας 14	Ανάλυση θέσεων εργασίας ανά τμήμα, επί του συνόλου	51
Πίνακας 15	Θέσεις εργασίας – ανάλυση ανά γεωγραφική περιοχή ξενοδοχείου	51
Πίνακας 16	Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, 2021-2019	56
Πίνακας 17	Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια και μερίδιο αγοράς περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου	58
Πίνακας 18	Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021	59
Πίνακας 19	Στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας Δωδεκάνησα, 2016-2021	60
Πίνακας 20	Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021	61
Πίνακας 21	Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021	61
Πίνακας 22	Δυναμικότητα καταλυμάτων Πάτμος 2018	71
Πίνακας 23	Ξενοδοχειακό δυναμικό Πάτμος 2020	72
Πίνακας 24	Διακινηθέντες εσωτερικού σε λιμάνια 2021	72
Πίνακας 25	Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια των Δωδεκανήσων, 2013-2021	73
Πίνακας 26	Σύνθεση προφίλ επισκεπτών Νοτίου Αιγαίου	74
Πίνακας 27	Προμηθευτές στο νησί της Πάτμου	75
Πίνακας 28	Καταλύματα 4* και 5*, Πάτμος	80
Πίνακας 29	Καταλύματα 4* και 5*, Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	80
Πίνακας 30	Ανταγωνιστικές μονάδες του υπό εξέταση καταλύματος στην Πάτμο και στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	82
Πίνακας 31	Swot Analysis	98
Πίνακας 32	Μέση τιμή δωματίου ανά μήνα	109
Πίνακας 33	Ημέρες λειτουργίας ανά μήνα	109
Πίνακας 34	Πληρότητα ανά μήνα για 5 έτη	110
Πίνακας 35	Έσοδα δωματίων κατά τα 5 πρώτα έτη	110
Πίνακας 36	Έσοδα snack bar τα 5 πρώτα έτη	110
Πίνακας 37	Έσοδα mini bar τα 5 πρώτα έτη	111
Πίνακας 38	Σύνολο λειτουργικών εσόδων 2023-2027	111
Πίνακας 39	Κόστος marketing	111
Πίνακας 40	Κόστος α' υλών και άλλων εφοδίων	114
Πίνακας 41	Εξοπλισμός δωματίου Junior Suite	124
Πίνακας 42	Εξοπλισμός δωματίου Family Suite	125

Πίνακας	43	Προμηθευτές ξενοδοχειακής μονάδας	128
Πίνακας	44	Κόστος εξοπλισμού	130
Πίνακας	45	Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού	131
Πίνακας	46	Κόστος συντήρησης κτιρίων και εξοπλισμού	131
Πίνακας	47	Κόστος γενικών εξόδων	134
Πίνακας	48	Ετήσια συνολική δαπάνη μισθοδοσίας	137
Πίνακας	49	Ετήσια συνολική δαπάνη μισθοδοσίας αναπροσαρμοσμένη ανά έτος	137
Πίνακας	50	Κόστος εκτελέσεως έργου	145
Πίνακας	51	Κόστος Πάγιου Ενεργητικού	146
Πίνακας	52	Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού	147
Πίνακας	53	Ετήσιο κόστος λειτουργίας	147
Πίνακας	54	Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	148
Πίνακας	55	Συνολικό κόστος επένδυσης	148
Πίνακας	56	Ποσοστά χρηματοδότησης	149
Πίνακας	57	Πίνακας αποπληρωμής δανείου	150
Πίνακας	58	Κόστος παροχής υπηρεσιών 2023-2027	150
Πίνακας	59	Κεφάλαιο κίνησης 2023-2027	151
Πίνακας	60	Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης	152
Πίνακας	61	Πίνακας ταμειακών ροών	152
Πίνακας	62	Ισολογισμός για τα έτη 2023-2027	153
Πίνακας	63	Αριθμοδείκτες	153
Πίνακας	64	Καθαρές Ταμειακές Ροές	155
Πίνακας	65	Περίοδος επανείσπραξης	155
Πίνακας	66	Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου	155
Πίνακας	67	Καθαρή Παρούσα Αξία	157
Πίνακας	68	Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης	157

## Λίστα διαγραμμάτων

Αριθμός	Ονομασία διαγράμματος	Σελίδα
Διάγραμμα 1	Ικανότητα απορρόφησης αρνητικών οικονομικών κύκλων, τομέας Φιλοξενίας	16
Διάγραμμα 2	Total contribution of travel and tourism to GDP in Greece 2019-2021 (in billion euros)	20
Διάγραμμα 3	Αφίξεις εξωτερικού, 2010-2021.	22
Διάγραμμα 4	Δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού, 2010-2021.	23
Διάγραμμα 5	International tourist arrivals 2019-2021	25
Διάγραμμα 6	Κορυφαίοι προορισμοί Ήλιος & Θάλασσα, σε εκατ. Ταξίδια και % του συνόλου, 2019	28
Διάγραμμα 7	Change in global daily CO2 emissions by sector (MtCO2 d-1)	41
Διάγραμμα 8	Περιφερειακή κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας 2021	45
Διάγραμμα 9	Κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού με βάση το μέγεθος 2021	45
Διάγραμμα 10	Πληρότητα Ξενοδοχείων ανά Μήνα, 2021	46
Διάγραμμα 11	Εξέλιξη Μέσης Τιμής στα Ξενοδοχεία το 2021	47
Διάγραμμα 12	Εξέλιξη απασχόλησης ανά τρίμηνο, 2012-2021	48
Διάγραμμα 13	Απασχόληση στις Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών Καταλύματος και Εστίασης επί του συνόλου ανά τρίμηνο, 2012-2021	48
Διάγραμμα 14	Εξέλιξη της πλήρους και μερικής απασχόλησης ανά τρίμηνο, 2012-2021	49
Διάγραμμα 15	Εξέλιξη της ηλικιακής διάρθρωσης ανά τρίμηνο, 2012-2021	49
Διάγραμμα 16	Εξέλιξη του φύλου των απασχολούμενων ανά τρίμηνο, 2012-2021	50
Διάγραμμα 17	Οι συνολικές ετήσιες επενδύσεις σε πρακτικές για περιβαλλοντική προστασία ως % του ετήσιου τζίρου	52
Διάγραμμα 18	Γενικός δείκτης ικανοποίησης για ξενοδοχεία ανά Γεωγραφικό Διαμέρισμα, 2019	55
Διάγραμμα 19	Δείκτες Ποιότητας Ξενοδοχείων Δωδεκανήσων, 2019 & 2018	55
Διάγραμμα 20	Σύνολο Διακινηθέντων στο λιμάνι της Πάτμου, 2016-2021	73

## Λίστα εικόνων

Αριθμός	Ονομασία εικόνας	Σελίδα
Εικόνα 1	Η Τουριστική Εφοδιαστική Αλυσίδα	17
Εικόνα 2	Μεταβλητές τμηματοποίησης της αγοράς	18
Εικόνα 3	Μεταβλητές τμηματοποίησης τουρισμού Jobber	18
Εικόνα 4	Tourism Supply Chain Links	33
Εικόνα 5	Travel and Tourism Chain of Distribution	34
Εικόνα 6	Travel & Tourism Development Index 2021 overall rankings	35
Εικόνα 7	Επαναφορά τουρισμού, σύγκριση 2022-2019	38
Εικόνα 8	Χάρτης Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	53
Εικόνα 9	Χάρτης Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Κυκλάδες και Δωδεκάνησα	54
Εικόνα 10	Top 3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει Επισκέψεων	57
Εικόνα 11	Χάρτης Δήμου Πάτμου	64
Εικόνα 12	Χαρακτηριστικό στενό πέρασμα στην Χώρα της Πάτμου	65
Εικόνα 13	Ιερά Μονή Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου	68
Εικόνα 14	The Ellinikon	89
Εικόνα 15	Κάτοψη ξενοδοχειακής μονάδας	119
Εικόνα 16	Κάτοψη ξενοδοχειακής μονάδας	119
Εικόνα 17	Κάτοψη ξενοδοχειακής μονάδας	119
Εικόνα 18	Κάτοψη Executive Junior Suite, 20 τ.μ. με μπαλκόνι και ιδιωτική πισίνα 7 τ.μ.	124

<i>Εικόνα</i>	19	Κάτοψη Executive Family Suite, 30 τ.μ. με αυλή και ιδιωτική πισίνα 10 τ.μ.	125
<i>Εικόνα</i>	20	Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας	132
<i>Εικόνα</i>	21	Τοπογραφικό διάγραμμα οικοπέδου	139
<i>Εικόνα</i>	22	Οδοιπορικό και εμβαδομέτρηση οικοπέδου	140
<i>Εικόνα</i>	23	Διάγραμμα Gantt	145
<i>Εικόνα</i>	24	Υπολογισμός ΚΠΑ	156
<i>Εικόνα</i>	25	Υπολογισμός ΚΠΑ με άνισες TP	156
<i>Εικόνα</i>	26	Συντελεστής παρούσας αξίας	156



# **1. ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ**

## **1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΒΑΣΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας αφορά την ανέγερση ξενοδοχειακής μονάδας με πολιτικές ενσυνείδητου (mindful) τουρισμού και οικολογικές πρακτικές στο νησί της Πάτμου. Ο ενδιαφερόμενος επενδυτής είναι ο κος Γ.Λ., κάτοικος και επιχειρηματίας του νησιού. Σε συνέχεια της επιτυχημένης επιχειρηματικής του δραστηριότητας στον χώρο της εστίασης και με στόχο την προσφορά του στο νησί, ο Γ.Λ. ενδιαφέρεται για την επέκτασή του στον ξενοδοχειακό κλάδο. Ο επενδυτής θα διαθέσει ίδια κεφάλαια ύψους 140.000 €. Η διεκπεραίωση της μελέτης σκοπιμότητας ανατέθηκε σε επαγγελματία με σπουδές και εργασιακή εμπειρία στον κλάδο και το κόστος της προμελέτης ανέρχεται στα 1.500 €.

## **1.2 ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ MARKETING**

Στην σημερινή παγκόσμια και ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά του τουρισμού, η Ελλάδα, παρά την οικονομική κρίση των προηγούμενων ετών, έχει δείξει σημεία ανάκαμψης και αντοχής, ακόμα και μετά την πρόσφατη εμφάνιση του COVID-19. Ο κλάδος του τουρισμού αποτελεί κεντρικό άξονα απασχόλησης της χώρας. Η αναδυόμενη τουριστική αγορά του βιώσιμου τουρισμού, η οποία ενισχύεται ακόμα περισσότερο από τους διεθνείς οργανισμούς, προσελκύει όλο και περισσότερους επιχειρηματίες και τουρίστες.

Τα Δωδεκάνησα με το κατ'εξοχήν τουριστικό προϊόν "Ήλιος & Θάλασσα", διαθέτουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ποικιλομορφία. Η Πάτμος απολαμβάνει ήδη μεγάλη δημοφιλία χάρη στη θρησκευτική ιστορία και παράδοση που την συνοδεύει. Παρόλα αυτά, προσφέρεται για διακοπές και αναψυχή για όλες τις ηλικίες, ενώ η γαστρονομία και οι παραλίες της λαμβάνουν μεγαλύτερη αναγνώριση τα τελευταία έτη.

Το υπο μέλετη κατάλυμα, με την επωνυμία "Κυματα", θα είναι 5 αστέρων και θα έχει ως αποστολή την ουσιαστική γνωριμία του επισκέπτη με την Πάτμο, μέσα από την παροχή βιώσιμης και πολυτελούς διαμονής. Η επιχειρηματική στρατηγική που θα ακολουθήσει είναι η διαφοροποίηση. Τα τμήματα αγοράς που θα στοχεύσει είναι ζευγάρια και οικογένειες, υψηλού εισοδήματος, ηλικίας 25-55 και οι mindful τουρίστες. Η μονάδα θα αποτελείται από 10 σουίτες με ιδιωτικές πισίνες και κήπο περιμετρικά, κεντρικό κτίριο υποδοχής, snack bar και χώρο στάθμευσης και θα προσφέρει πλήθος παροχών στους επισκέπτες της.

Η λειτουργία του θα είναι εποχική (Απρίλιος - Οκτώβριος), με σταδιακή αύξηση των ημερών λειτουργίας και σκοπό τη διεύρυνση της περιόδου λειτουργίας.

## **1.3 ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ**

Οι πρώτες ύλες που θα χρειαστεί να προμηθευτεί το κατάλυμα αφορούν:

- Τρόφιμα και ποτά
- Υλικά καθαρισμού και συντήρησης
- Γραφική ύλη
- Φαρμακείο
- Ένδυση εργαζομένων
- Ενέργεια
- Τηλεπικοινωνίες

- Υλικά για την περιποίηση του κήπου και του περιβάλλοντος χώρου

Η διαχείριση των προμηθειών και των παραγγελιών θα γίνεται από τον Γενικό Διευθυντή με ορθολογικό τρόπο και γνώμονα τις οικολογικές πρακτικές. Οι προμηθευτές θα είναι τόσο ντόπιοι όσο και από την Αθήνα.

#### **1.4 ΣΥΝΟΨΗ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

Η επιλογή της τεχνολογίας και των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων έγινε με βάση τα ελληνικά πρότυπα και τα κριτήρια για την κατάταξη της μονάδας στην κατηγορία των 5 αστερών. Παράλληλα, βασικός στόχος ήταν να εξασφαλιστεί ο βιοκλιματικός χαρακτήρας του καταλύματος.

#### **1.5 ΣΥΝΟΨΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ**

Σχετικά με την οργάνωση της υπό μελέτη μονάδας, στην κορυφή της Διοίκησης θα βρίσκεται ο Γενικός Διευθυντής, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την συνολική λειτουργία της μονάδας.

Τα λειτουργικά γενικά έξοδα αφορούν τις παρακάτω κατηγορίες:

- Υπηρεσίες/Υλικά για συντήρηση
- Παροχές προσωπικού
- Δημοτικοί Φόροι
- Ασφάλιστρα
- Λογιστήριο
- Λοιπά γενικά έξοδα
- Υπηρεσία κηπουρού
- Υπηρεσία πλυντηρίου
- Νομικοί σύμβουλοι
- Πιστοποίηση ποιότητας

#### **1.6 ΣΥΝΟΨΗ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ**

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα στελεχωθεί με 14 άτομα. Ο Γενικός Διευθυντής θα αναλάβει την καθημερινή, λειτουργική διαχείριση ενώ η παρουσία του ιδιοκτήτη Γ.Λ. και η εμπλοκή του σε όλα τα θέματα θα είναι καθημερινή.

Οι μισθοί θα καθορίζονται από τη συλλογική συμβάσεις ξενοδοχοϋπαλλήλων και θα διαμορφώνονται ανάλογα με τα προσόντα και την εμπειρία του κάθε εργαζομένου. Θα παρέχεται ασφάλιση και όλες οι νόμιμες αμοιβές, κίνητρα και μπόνους αποδοτικότητας, δυνατότητα σταθερής συνεργασίας, ένα γεύμα και διαμονή.

#### **1.7 ΣΥΝΟΨΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ, ΧΩΡΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Ο βασικός λόγος επιλογής της τοποθεσίας και αφορμή για την δημιουργία της μονάδας είναι η ιδιοκτησία ενός οικοπέδου στον οικισμό του Γροίκου. Η συγκεκριμένη περιοχή βρίσκεται σε απόσταση 4,5 χιλιομέτρων από το λιμάνι της Σκάλας και 4,4 χιλιομέτρων από τη Χώρα. Βρίσκεται σε απόσταση λίγων λεπτών από τη θάλασσα, με αμφιθεατρική θέα στον κόλπο του Γροίκου και τον βράχο της Καλλικατσούς, καθώς και άμεση πρόσβαση σε παραθαλάσσια ταβερνάκια αλλά και στην παραλία της Πέτρας.

## **1.8 ΣΥΝΟΨΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ**

Για την απόκτηση μιας ολοκληρωμένης εικόνας του χρόνου που απαιτείται για την εκτέλεση του έργου, έχει γίνει επιμερισμός των φάσεων και εκτίμηση του χρόνου ολοκλήρωσης. Ο υπεύθυνος για την επίβλεψη του έργου είναι ο Γ.Λ. και τα στάδια εκτέλεσης αποτυπώνονται στο διάγραμμα Gantt. Ο συνολικός χρόνος εκτέλεσης του έργου υπολογίζεται σε 11 μήνες και το κόστος για την εκτέλεση του έργου είναι 3.700 €.

## **1.9 ΣΥΝΟΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Το συνολικό κόστος της επένδυσης ανέρχεται στα 830.184,88 €. Εξ αυτών, το πάγιο ενεργητικό είναι 794.534,00 €, ενώ το καθαρό κεφάλαιο κίνησης που θα καλύψει τις πρώτες υποχρεώσεις της μονάδας είναι 35.650,88 €.

Η χρηματοδότηση του συνολικού κόστους της επένδυσης επιμερίζεται ως εξής:

- Κρατική επιχορήγηση: 60% (498.110,93 €)
- Τραπεζικός Δανεισμός: 23% (192.073,95 €)
- Ίδια κεφάλαια: 17% (140.000€).

Το κόστος για την παροχή υπηρεσιών το πρώτο χρόνο θα είναι στα 273.860,37 €, ενώ το καθαρό κέρδος για τον ίδιο χρόνο θα είναι 131.861,37 €.

Μετά από ανάλυση των χρηματοοικονομικών δεικτών αξιολόγησης της επένδυσης, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η υπό εξέταση επένδυση για το συγκεκριμένο κατάλυμα είναι ελκυστική και συμφέρουσα.

## **2. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

### **Περιγραφή της ιδέας**

Η ιδέα για τη δημιουργία και ανάπτυξη ξενοδοχειακής μονάδας εναλλακτικής μορφής τουρισμού στην Πάτμο ανήκει στον επιχειρηματία Γ.Λ.. Η πολυετής ενασχόλησή του με τον κλάδο του τουρισμού και της εστίασης συνέβαλε ουσιαστικά στην επιθυμία του για επέκταση της επιχειρηματικής του δράσης στο νησί από το οποίο κατάγεται και ήδη δραστηριοποιείται. Ένας παραπάνω λόγος υπήρξε το ιδιόκτητο οικοπέδο στο νησί, το οποίο έχει παραμείνει ανεκμετάλλευτο για πολλά χρόνια. Ο επιχειρηματίας Γ.Λ. έχει θέσει ως κριτήριο της μελέτης όχι μόνο το κόστος, αλλά και την αποτελεσματική εκτέλεση του σχεδίου σύμφωνα με τη φιλοσοφία του που κινείται γύρω από την τοπική κοινωνία και τον σεβασμό στο περιβάλλον και τον άνθρωπο.

Η έκταση που έχει πάρει το θέμα του ελληνικού τουρισμού και η μαζική άφιξη τουριστών κάθε καλοκαίρι στα ελληνικά νησιά, παρακίνησαν το ενδιαφέρον του επενδυτή. Διατηρώντας ισχυρούς δεσμούς με το νησί του, λόγω των επιχειρήσεων που ήδη διαθέτει αλλά και λόγω της αγάπης του για αυτό, σκέφτηκε να δημιουργήσει μία επιχείρηση που θα αναδεικνύει την αυθεντικότητα και την αίγλη της Πάτμου, θέλοντας να μεταδώσει το μήνυμα πως η πολυτέλεια μπορεί να είναι σύμμαχος με την απλότητα και ο επισκέπτης μπορεί να αφουγκραστεί και να βιώσει ολοκληρωτικά τον τόπο και τους ντόπιους. Η Πάτμος άλλωστε αποτελεί ακόμα ένα νησί που, ίσως και λόγω της θρησκευτικότητάς της, δεν έχει δεχτεί αλλοιώσεις από την τουριστική κίνηση και το όραμα του επενδυτή είναι να παραμείνει έτσι.

### **Επενδυτές του σχεδίου**

Ο επενδυτής τους σχεδίου είναι είναι ο Γ.Λ., ιδιοκτήτης ενός φημισμένου, παραδοσιακού εστιατορίου στην περιοχή του Γροίκου, ένα ψαροχώρι σε απόσταση 4,5 χιλιομέτρων από το λιμάνι της Πάτμου καθώς και ενός σκάφους το οποίο παρέχει υπηρεσίες εκδρομών και ξενάγησης στο νησί και στα γειτονικά νησιά. Έχει αποφασίσει να παρακολουθεί τη διεξαγωγή της προμελέτης συμμετέχοντας σε αυτήν καθ' όλη τη διάρκεια, για να διασφαλίσει την τήρηση των προδιαγραφών που έχει ο ίδιος ορίσει σχετικά με τη φιλοσοφία του.

Η επιτυχία των επιχειρήσεών του, η καταγωγή του και η ιδιοκτησία ενός μικρού οικοπέδου του δίνουν τη δυνατότητα να υλοποιήσει το σχέδιο αυτό, καλύπτοντας το μεγαλύτερο μέρος της επένδυσης. Σε συνδυασμό με την αξιοπιστία του στο χώρο, η οποία μεταφράζεται σε πιστοληπτική ικανότητα, θα του επιτραπεί να λάβει μικρότερο δάνειο για την κάλυψη του υπολειπόμενου ποσού αποφεύγοντας πολλά οικονομικά και γραφειοκρατικά εμπόδια.

### **Προμελέτη σκοπιμότητας**

Η μελέτη αυτή είναι μια αρχική έρευνα με σκοπό την απόκτηση μιας συνολικής εικόνας για τη δυνατότητα ανάληψης επένδυσης και την απόδοσή της. Ο επιχειρηματίας Γ.Λ. ανέθεσε την προμελέτη σκοπιμότητας σε μια συγγραφέα που διαθέτει καλή γνώση των νησιών του Νοτίου Αιγαίου, εξειδικευμένη ακαδημαϊκή εκπαίδευση και ευρεία εμπειρία στον κλάδο.

Η προμελέτη σκοπιμότητας ανατέθηκε το Μάρτιο του 2022 και έχει ημερομηνία κατάθεσης στον ιδρυτή τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους.

### **Κόστος προεπενδυτικών μελετών και ερευνών**

Αρχικά, κρίνεται αναγκαίο να παρατεθούν οι διαδικασίες, οι οποίες είναι απαραίτητες για την αδειοδότηση έγερσης για ξενοδοχεία περιβαλλοντικής κατηγορίας Α και Β, καθώς και για

Σύνθετα Τουριστικά Καταλύματα (ΣΤΚ). Σύμφωνα με τη δημοσίευση της Enterprise Greece (2022) σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουρισμού, τα στάδια αυτά είναι:

- 1) Έκδοση απόφασης έγκρισης περιβαλλοντικών όρων (ΑΕΠΟ). Στην περίπτωση των ΣΤΚ απαιτείται Έκδοση Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΚΥΑ) Έγκρισης Δημιουργίας Σύνθετου Τουριστικού Καταλύματος,
- 2) Έγκριση και Άδεια Δόμησης,
- 3) Μόνο στην περίπτωση ΣΤΚ απαιτείται Σύσταση Οριζοντίων ή Καθέτων Συνιδιοκτησιών και Έκδοσης της Υπουργικής Απόφασης (ΥΑ) Κανονισμού Συνιδιοκτησίας και Λειτουργίας Σύνθετου Τουριστικού Καταλύματος και
- 4) Διαδικασία Έναρξης Λειτουργίας (γνωστοποίηση).

Το συνολικό κόστος για την προμελέτη σκοπιμότητας ανέρχεται σε 1.500€. Πιο συγκεκριμένα, τα 500€ αφορούν τα έξοδα για το κόστος μελετών επενδυτικής ευκαιρίας και τα 1000€ αφορούν το κόστος μελέτης σκοπιμότητας. Δεν υπάρχει κάποιο κόστος για προπαρασκευαστικές έρευνες και για τη μελέτη σκοπιμότητας.

	<b>Περιγραφή</b>	<b>Κόστος</b>
1	Κόστος μελετών επενδυτικής ευκαιρίας	500.00 €
2	Κόστος προμελέτης σκοπιμότητας	1,000.00 €
3	<b>Σύνολο</b>	<b>1,500.00 €</b>

Πίνακας 1: Κόστη Προμελέτης Σκοπιμότητας

### **3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING**

#### **3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ**

Ο τουρισμός κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών γνώρισε, σε παγκόσμιο επίπεδο, συνεχή ανάπτυξη και διαφοροποίηση προσφερόμενων προϊόντων. Έχει πλέον αναδειχθεί, ως ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς και ταυτόχρονα μια από τις κύριες πηγές εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Λόγω της μεγάλης διάχυσής του, προσφέρει οικονομικά οφέλη και οφέλη απασχόλησης σε πολλούς τομείς της οικονομίας (π.χ. κατασκευές, μεταφορές, εμπόριο τροφίμων και ποτών κ.α.), και επιδρά σε πολλά και διαφορετικά μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού ιστού μιας χώρας.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO Tourism Highlights, 2019), ο κλάδος του τουρισμού κατέχει την 3η θέση στους εξαγωγικούς κλάδους μετά από τα χημικά και τα καύσιμα και μπροστά από τα προϊόντα της αυτοκινητοβιομηχανίας.<sup>1</sup>

Σημαντικοί παράγοντες που συνετέλεσαν στην αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού τα τελευταία χρόνια είναι η αλματώδης ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας, η ευκολία ανεύρεσης πτήσεων χαμηλού κόστους (low cost carriers), η ανάπτυξη των βραχυχρόνιων μισθώσεων κατοικιών (π.χ. Airbnb), αλλά και η διαρκής αύξηση των εξερχόμενων ταξιδιών από τις αγορές της Κίνας, της Ινδίας και της Ρωσίας.

Στη διάρκεια του 2019 η Ελλάδα απόλαυσε υψηλά νούμερα υποδοχής τουριστών, φτάνοντας τα 31,3 εκατομμύρια τουρίστες με την συνεισφορά στην ελληνική οικονομία να φτάνει τα 17,8 δισεκατομμύρια ευρώ. Σε αυτούς προστίθενται ακόμη 2,7 εκατομμύρια τουρίστες οι οποίοι έφτασαν με κρουαζιερόπλοιο, και δαπάνησαν συνολικά περίπου 500 εκατομμύρια ευρώ (INSETE, 2020). Σύμφωνα με την ανάλυση του INSETE, οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις αυξάνονται συνεχόμενα την τελευταία δεκαετία μέχρι να επέλθει η κρίση της πανδημίας COVID-19 που έπληξε τόσο την Ελλάδα όσο και όλες τις χώρες προσέλκυσης τουριστών για την Ελλάδα.

Το πρώτο κρούσμα κορωνοϊού στην Ελλάδα αναφέρθηκε στις 26 Φεβρουαρίου 2020, όταν μια 38χρονη γυναίκα από τη Θεσσαλονίκη που είχε πρόσφατα επισκεφθεί τη Βόρεια Ιταλία επιβεβαιώθηκε ότι μολύνθηκε. Μεταγενέστερες περιπτώσεις στα τέλη Φεβρουαρίου και στις αρχές Μαρτίου 2020 αφορούσαν άτομα που είχαν ταξιδέψει στην Ιταλία και μια ομάδα προσκυνητών που είχαν ταξιδέψει στο Ισραήλ και την Αίγυπτο, καθώς και τις επαφές τους. Λήφθηκαν τα πρώτα μέτρα γύρω στα μέσα Μαρτίου από την ελληνική κυβέρνηση, συμπεριλαμβανομένων αυστηρών μέτρων περιορισμού που χρησιμοποιήθηκαν καθ' όλη τη διάρκεια του δεύτερου τριμήνου του 2020 για την καθυστέρηση της εξάπλωσης του κορωνοϊού. Τα μέτρα αυτά αποτελούνταν από (i) εθνικό lockdown που περιόριζε όλες εκτός από τις βασικές μετακινήσεις και την οικονομική δραστηριότητα, (ii) το κλείσιμο των σχολείων, (iii) περιορισμοί ταξιδιών εσωτερικού, (iv) ταξιδιωτικές απαγορεύσεις σε επισκέπτες από χώρες υψηλού κινδύνου και (v) καραντίνες για διεθνείς επισκέπτες και Έλληνες υπηκόους που επιστρέφουν από το εξωτερικό. Η κυβέρνηση ζήτησε από τα ξενοδοχεία να κλείσουν στις 23 Μαρτίου στις 23:00 ή στις 26 Μαρτίου στις 12:00 αν είχαν πάνω από 10% πληρότητα.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> UNWTO (2019). *International tourist arrivals reach 1.4 billion two years ahead of forecasts* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/global/>. (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

<sup>2</sup> Adelphi, OEB, INSETE (2020). *Opportunities for a green restart of the hotel industry arising from the COVID-19 pandemic, Experiences from Cyprus, Germany, Greece and the European Union*. Hotels4Climate.

Ο αυξανόμενος ρυθμός των εμβολιασμών και η χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών συνέβαλαν στην απελευθέρωση της ζήτησης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο παγκόσμιος τουρισμός παρουσίασε αύξηση αφίξεων κατά +4% (από 400 εκατ. σε 415 εκατ.) το 2021 σε σύγκριση με το 2020. Παρόλα αυτά, οι διεθνείς αφίξεις (με διανυκτέρευση) συνεχίζουν να βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα, 72% χαμηλότερα από το 2019. Η συνεισφορά του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία υπολογίζεται σε \$ 1,9 τρισ. το 2021, αυξημένη κατά 19% σε σχέση με το 2020 (\$ 1,6 τρισ.), αλλά παραμένει χαμηλότερη κατά 46% από το 2019 (\$ 3,5 τρισ.). Με αργούς και άνισους ρυθμούς φαίνεται να ανακάμπτει η τουριστική δραστηριότητα σε διαφορετικές περιοχές του κόσμου. Η Ευρώπη και η Αμερική κατάφεραν να καταγράψουν τα ισχυρότερα αποτελέσματα το 2021 σε σύγκριση με το 2020 (+19% και +17% αντίστοιχα), παρότι εξακολουθούν να κινούνται σε ποσοστό 63% χαμηλότερα από τα προ-πανδημίας επίπεδα. Ενδεικτικά, τα ποσοστά για τις υπόλοιπες περιοχές: για την Αφρική +12%, για τη Μέση Ανατολή -24% και για την Ασία/Ειρηνικό -65%. Συγκεκριμένα, για την Ευρώπη η εικόνα είναι μικτή και ανομοιόμορφη, με τις περιοχές της Βόρειας Ευρώπης (-30%) και της Δυτικής Ευρώπης (-10%) να παρουσιάζουν πτώση ενώ οι περιοχές της Νότιας Ευρώπης (+57%) και της Κεντρικής/Ανατολικής Ευρώπης (+18%) αύξηση.

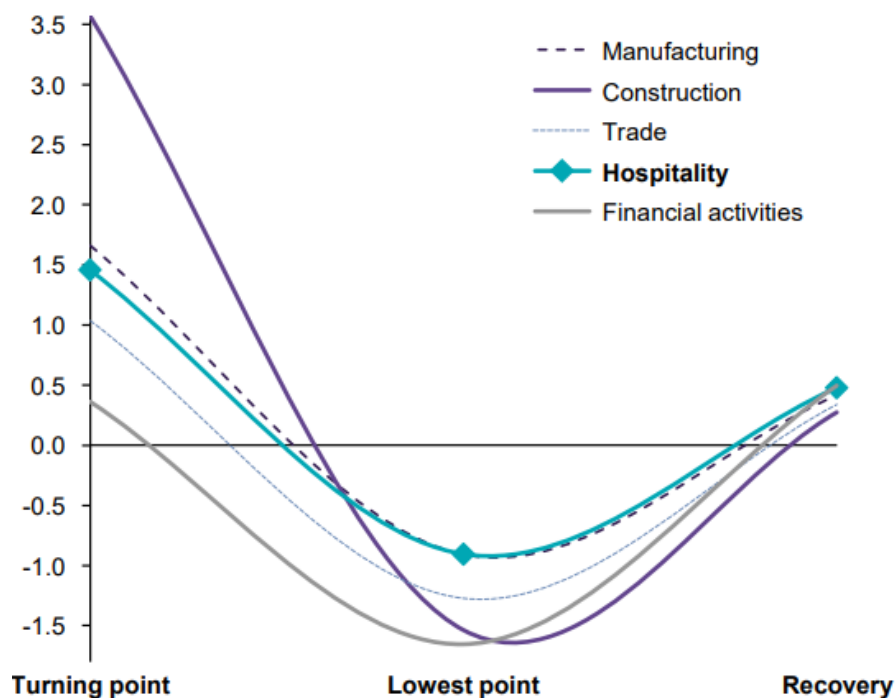
Σε ό,τι αφορά την Ελλάδα, μετά την δραματική πτώση που υπέστη το 2020 σε όλα τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού (αφίξεις -76%, διανυκτερεύσεις -72%, εισπράξεις -76% σε σύγκριση με το 2019), το 2021 σημειώνει σημαντική ανάκαμψη (αφίξεις +99%, διανυκτερεύσεις +105%, εισπράξεις +140% σε σύγκριση με το 2020). Αν και βρίσκεται χαμηλότερα από τα προ-πανδημίας, -53% σε όρους αφίξεων (από 31,3 εκατ. το 2019 σε 14,7 εκατ. το 2021), -43% σε όρους διανυκτερεύσεων (από 232,5 εκατ. το 2019 σε 131,4 εκατ. το 2021) και -42% σε όρους εισπράξεων (από € 17,7 δισ. το 2019 σε € 10,3 δισ. το 2021), οι επιδόσεις της αξιολογούνται υψηλότερα σε σύγκριση με τον παγκόσμιο τουρισμό.

Σύμφωνα με την μελέτη της Grant Thornton, ο κλάδος της φιλοξενίας χαρακτηρίζεται από την ικανότητα ταχείας αντιμετώπισης και ανταπόκρισης σε εξωτερικές αλλαγές (ανάκτηση σε ~ ½ χρόνο). Επίσης παρατηρείται υψηλότερη ικανότητα απορρόφησης αρνητικών οικονομικών κύκλων σε σχέση με άλλους τομείς (εμπόριο, κατασκευές, χρηματοοικονομικές δραστηριότητες, κλπ.).<sup>3</sup>

Sectors	Sensitivity	Recovery time (years)
<i>Hospitality</i>	0.10	0.5
<i>Construction</i>	0.31	0.65
<i>Financial activities</i>	0.05	0.69
<i>Manufacturing</i>	0.04	1.39
<i>Trade</i>	0.15	1.61

Πίνακας 2: Sector response to external changes  
Πηγή: Grant Thornton (2021:21)

<sup>3</sup> Grant Thornton (2021). *The strategic importance of Hospitality for Greece*, 1-23. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK Strategic importance of hospitality for greece March 2021 Grant thorton.pdf](#), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).



Διάγραμμα 1: Ικανότητα απορρόφησης αρνητικών οικονομικών κύκλων, τομέας Φιλοξενίας  
 Πηγή: Grant Thornton (2021:21)

### 3.1.1 Ορισμός του τουρισμού και των κλάδων τουρισμού

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός συνιστά ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που έχει ως συνέπεια τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνηθισμένου τους περιβάλλοντος για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι ονομάζονται επισκέπτες και ο τουρισμός σχετίζεται με τις δραστηριότητές τους, μερικές από τις οποίες οδηγούν σε τουριστικές δαπάνες (UNWTO, 2008).<sup>4</sup>

Με βάση αυτόν τον ορισμό, διαπιστώνουμε ότι ο τουρισμός δεν είναι απλώς η μετακίνηση ανθρώπων για διάφορους σκοπούς, αλλά το σύνολο των δραστηριοτήτων, των υπηρεσιών και των εμπλεκόμενων τομέων που συνθέτουν τη μοναδική τουριστική εμπειρία.

Ένας κοινά αποδεκτός ορισμός του τουρίστα είναι «κάποιος που ταξιδεύει τουλάχιστον 80 χιλιόμετρα από το σπίτι του για τουλάχιστον 24 ώρες, για λόγους αναψυχής, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους» (LinkBC, 2008). Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (1995) οι τουρίστες μπορούν να είναι:

- Εγχώριοι (κάτοικοι μιας χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής της χώρας)
- Εισερχόμενοι (μη κάτοικοι που ταξιδεύουν σε μια χώρα)
- Εξερχόμενοι (κάτοικοι μιας χώρας που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα)

Δεδομένου του τεράστιου μεγέθους της τουριστικής βιομηχανίας, είναι χρήσιμο να γίνει διαχωρισμός σε μεγάλες βιομηχανικές ομάδες ή αλλιώς κλάδους. Το σύστημα ταξινόμησης βιομηχανίας της Βόρειας Αμερικής (NAICS) που δημιουργήθηκε με τη συνεργασία των

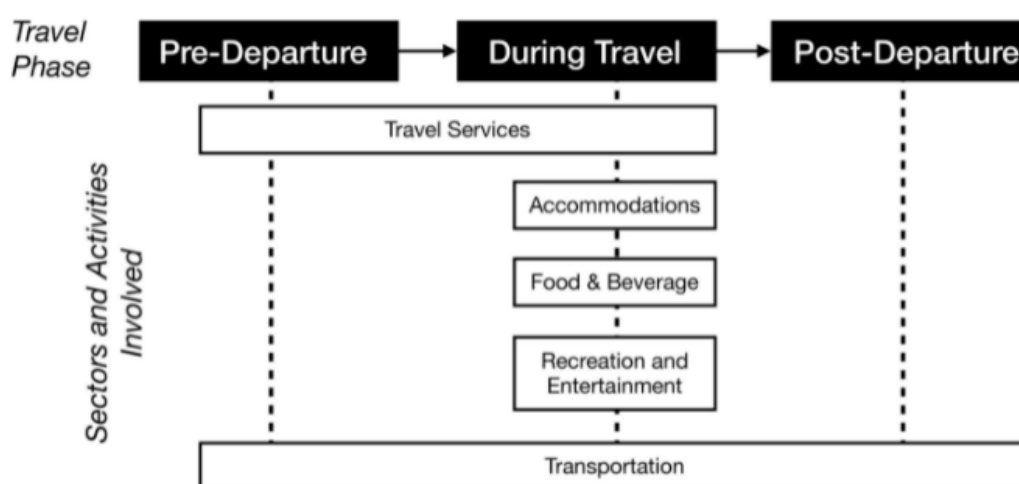
<sup>4</sup> UNWTO (2008). *Glossary of Tourism Terms*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. (Προσπελάστηκε 25/9/2022).



κυβερνήσεων του Καναδά, των ΗΠΑ και του Μεξικού καταλήγει στις εξής ομαδοποιήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό:

- Καταλύματα
- Υπηρεσίες τροφίμων και ποτών (Food and Beverage)
- Αναψυχή και ψυχαγωγία
- Μεταφορές
- Ταξιδιωτικές υπηρεσίες

Ο συνδυασμός όλων των παραπάνω τομέων που τροφοδοτούν την συνολική τουριστική εμπειρία με όλα τα απαραίτητα προϊόντα, υπηρεσίες και δραστηριότητες ονομάζεται Τουριστική Εφοδιαστική Αλυσίδα.<sup>5</sup>



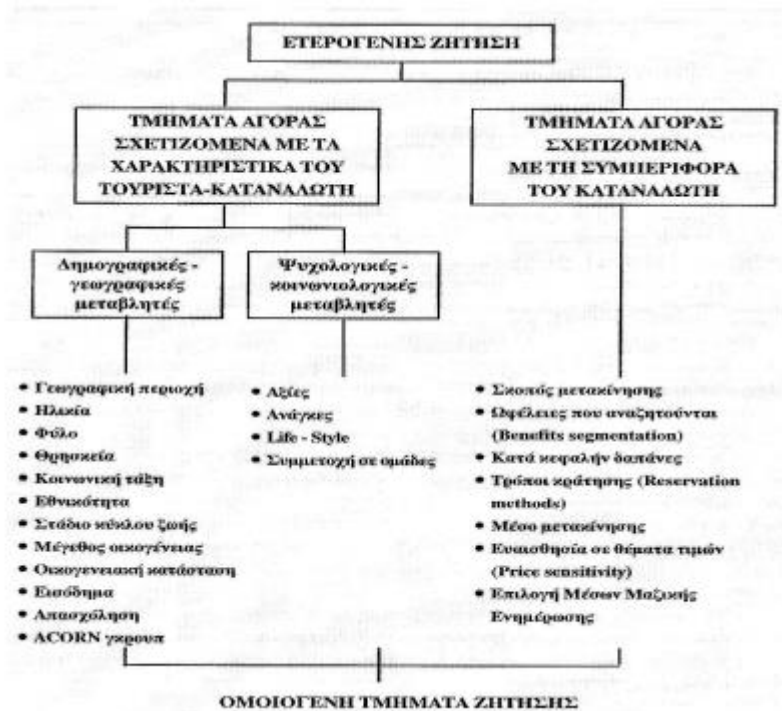
Εικόνα 1: Η Τουριστική Εφοδιαστική Αλυσίδα  
Πηγή: Westcott M., Anderson W., Eds (2020:25)

Με τον όρο τουριστική αγορά μπορεί να γίνεται αναφορά σε μία συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή όπου οι τουριστικές επιχειρήσεις συναλλάσσονται ή ακόμη σε ένα συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν ή σε ομοειδή τουριστικά προϊόντα. Τελικά, ο όρος σχετίζεται με τις δυνάμεις της προσφοράς και της ζήτησης τουριστικών προϊόντων (Ηγουμενάκης, 1996).<sup>6</sup>

Ο Middleton (2013) αναφέρει την αναγκαιότητα της τμηματοποίησης της αγοράς με σκοπό να προσδιοριστούν οι ανάγκες, οι επιθυμίες και η συμπεριφορά των τουριστών. Παραθέτει επίσης επτά μεθόδους τμηματοποίησης που είναι ο σκοπός του ταξιδιού, οι ανάγκες, τα κίνητρα και οι ωφέλειες των καταναλωτών, τα δημογραφικά, οικονομικά και γεωγραφικά προφίλ, τα ψυχογραφικά προφίλ, τα γεωδημογραφικά προφίλ και η τιμή. Ο Buttle (1986) διαχωρίζει τις μεταβλητές της τμηματοποίησης με βάση τα χαρακτηριστικά του τουρίστα και την συμπεριφορά του καταναλωτή.

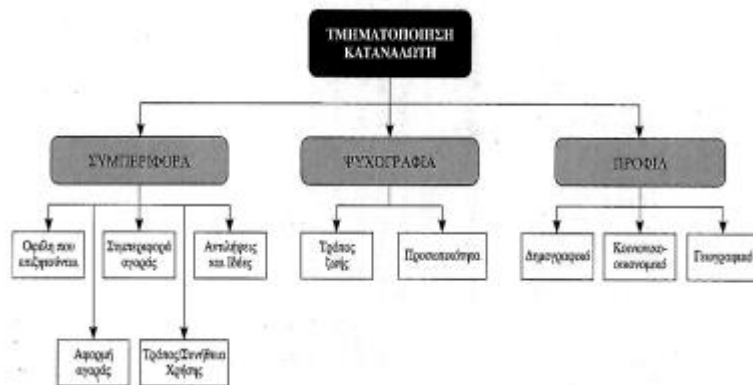
<sup>5</sup> Westcott M. and Anderson W., Eds (2020). *Introduction to Tourism and Hospitality in BC – 2nd Edition [online]*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://opentextbc.ca/introtourism2e/chapter/what-is-tourism/>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

<sup>6</sup> Πατάς Σ. (2009). *Τουρισμός (Γενικά Χαρακτηριστικά και Διαστάσεις) [online]*. Πανεπιστήμιο Πειραιά. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).



Εικόνα 2: Μεταβλητές τμηματοποίησης της αγοράς  
 Πηγή: Βαβουλιώτης Δ. (2018:71)

Στη συνέχεια, ο Jobber (1998) διακρίνει την τμηματοποίηση με βάση τρεις παράγοντες, την συμπεριφορά, την ψυχογραφία και το προφίλ.



Εικόνα 3: Μεταβλητές τμηματοποίησης τουρισμού Jobber  
 Πηγή: Βαβουλιώτης Δ. (2018:72)

Αντίστοιχα, οι Foster (1985), Kotler-Bowen- Makens (1998) και Mill & Morrison (1985) θεωρούν ότι η τμηματοποίηση της αγοράς διακρίνεται σε:

- α) Γεωγραφική
- β) Κοινωνικοοικονομική και Δημογραφική
- γ) Ψυχογραφική
- δ) Συμπεριφοράς του καταναλωτή <sup>7</sup>

<sup>7</sup> Βαβουλιώτης Δ. (2018). *Τουριστικό Μάρκετινγκ - Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς. Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα. Παρούσα κατάσταση-Προοπτικές* (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

### 3.1.2 Η Τουριστική αγορά στην Ελλάδα και η συμβολή της στην ελληνική οικονομία

Η Ελλάδα διαθέτει μακρά παράδοση στην φιλοξενία. Στην αρχαία Ελλάδα οι ξένοι θεωρούνταν ιεροί και ο Ξένιος Δίας, ο πατέρας των θεών, ήταν και θεός της φιλοξενίας. Μια χώρα στο νοτιοανατολικό άκρο της Ευρώπης με πλούσια οικονομική, θρησκευτική και πνευματική δραστηριότητα, με την τοποθεσία της να αποτελεί το σταυροδρόμι προς την Ασία και την Αφρική και με περισσότερα από 2500 νησιά δεν θα μπορούσε να μην κατέχει έντονη ταξιδιωτική δραστηριότητα από την αρχή της καταγεγραμμένης ιστορίας της (Μπριασούλης 1993, Σκουλάς 1985, ΕΙΥ 1986). Στη σύγχρονη εποχή, η τόνωση του τουρισμού στην Ελλάδα ξεκίνησε μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο και η μεγάλη ανάπτυξη ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1970. Η τουριστική βιομηχανία αναπτύχθηκε ραγδαία, ειδικά σε νησιωτικούς προορισμούς και περιοχές με ιστορικά μνημεία (Κομίλης 1987, Λεοντίδου 1991, Παπαδόπουλος 1989).<sup>8</sup>

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην οικονομία μιας χώρας με πολλαπλούς τρόπους, καθώς επηρεάζει άμεσα τους τομείς της απασχόλησης, τον επιχειρηματικό τομέα, μέσω της ενίσχυσης της παραγωγής, του εμπορίου και των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με λοιπές υπηρεσίες (μεταφορές, τηλεπικοινωνίες, τράπεζες, ταξιδιωτικά γραφεία), τον τομέα του εισοδήματος και τον δημοσιονομικό τομέα. Στο παρακάτω διάγραμμα αποτυπώνεται η συμβολή του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ για τα έτη 2019-2021. Το 2019 αποτέλεσε την πιο επιτυχημένη χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό, το 2020 οι συνέπειες της πανδημίας είναι ορατές, ενώ το 2021 παρατηρείται μία αξιόλογη βελτίωση, αλλά όχι ολική επαναφορά στα νούμερα του 2019. Συνολικά, πριν την εμφάνιση της πανδημίας, το 2019 η Ελλάδα υποδέχθηκε 31,3 εκ. τουρίστες με τις εισπράξεις να φτάνουν σχεδόν τα € 17,7 δισ., συμβάλλοντας στο ΑΕΠ της χώρας σε ποσοστό 12,6% και στην απασχόληση σε ποσοστό 17,1%. Η αντίστοιχη συνεισφορά το 2020, στα χρόνια της πανδημίας, μειώθηκε σημαντικά σε ποσοστό 3,7% για το ΑΕΠ και 15,9% για την απασχόληση. Το 2021, και ενώ ακόμα η πανδημία είναι ενεργή, 14,7 εκ. τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα και η συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας ήταν 7,2% (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).<sup>9</sup>

---

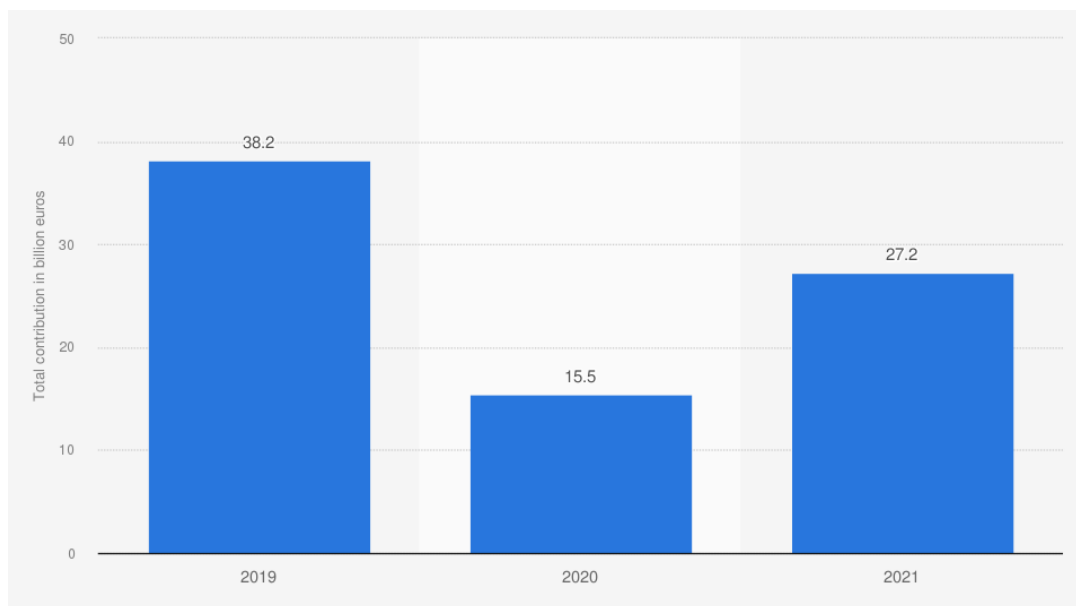
<sup>8</sup> Buhalis D. (2001). *Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges*, Vol. 4, No.5. School of Management Studies for the Service Sector, University of Surrey, Guildford.

<sup>9</sup> Ίγκος Α., Κουτσός Σ. (2021). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21\\_11\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2019-2020.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

	<b>Αφίξεις</b>	<b>%</b>	<b>Έσοδα</b>	<b>%</b>
<i>Jan-21</i>	95,717	0.7%	25,421,823	0.2%
<i>Feb-21</i>	76,433	0.5%	23,427,881	0.2%
<i>Mar-21</i>	98,895	0.7%	33,880,000	0.3%
<i>Apr-21</i>	107,282	0.7%	42,939,691	0.4%
<i>May-21</i>	285,448	1.9%	165,684,365	1.6%
<i>Jun-21</i>	1,068,773	7.3%	778,805,631	7.5%
<i>Jul-21</i>	2,817,417	19.2%	2,261,469,000	21.7%
<i>Aug-21</i>	4,074,152	27.7%	3,081,412,808	29.6%
<i>Sep-21</i>	2,995,234	20.4%	2,149,388,000	20.6%
<i>Oct-21</i>	2,143,864	14.6%	1,406,839,121	13.5%
<i>Nov-21</i>	561,226	3.8%	277,983,819	2.7%
<i>Dec-21</i>	380,480	2.6%	172,510,463	1.7%
<b>Σύνολο</b>	<b>14,704,921</b>	<b>100.0%</b>	<b>10,419,762,602</b>	<b>100.0%</b>
<b>Κατηγορίες</b>				
<i>Αεροπορικός</i>	11,630,456	79%		
<i>Οδικός</i>	2,637,711	18%		
<i>Σιδηροδρομικός</i>	1,292	0%		
<i>Θαλασσίως</i>	435,478	3%		

Πίνακας 3: Εισερχόμενος Τουρισμός 2021

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία INSETE Intelligence (2022:7)



Διάγραμμα 2: Total contribution of travel and tourism to GDP in Greece 2019-2021 (in billion euros)

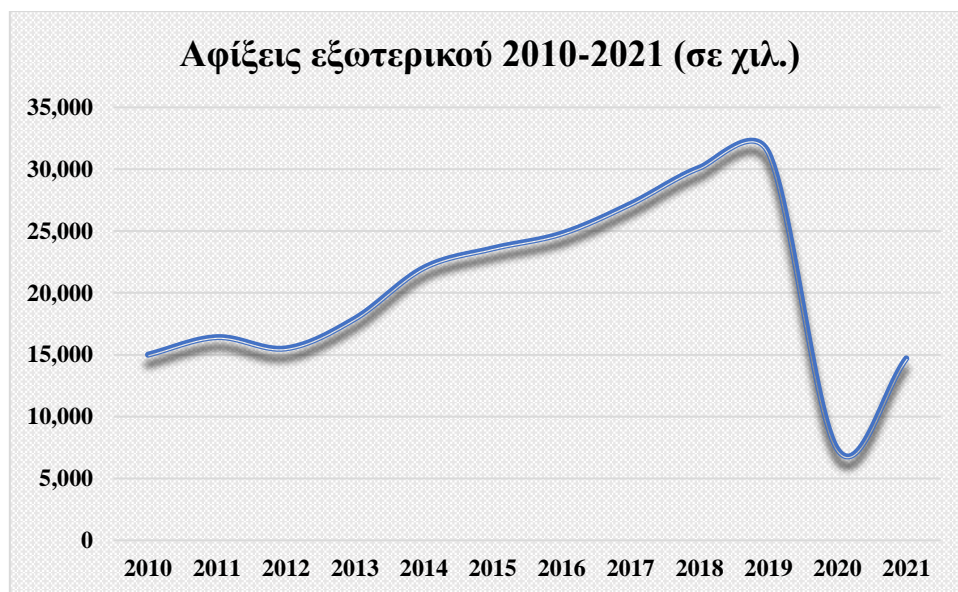
Πηγή: Statista (2022)

Στους παρακάτω πίνακες, παρατηρούμε την εξέλιξη των αφίξεων και των εσόδων από το εξωτερικό ανά χώρα προέλευσης για τα έτη 2016 έως 2021, με το 2019 να αποτελεί την πιο επιτυχημένη χρονιά μετά από μία ανοδική πορεία ετών, με 31,3 εκατομμύρια αφίξεις και 17,6 εκατομμύρια εισπράξεις από τουρίστες εξωτερικού. Ακολουθεί φυσικά μία απότομη πτώση το 2020 λόγω της πανδημίας του COVID-19, με προσπάθεια ανάκαμψης το 2021, έπειτα από την απομάκρυνση των περισσότερων μέτρων κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού.

<b>Χώρες προέλευσης</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Χώρες Ευρωζώνης</b>	<b>8,935</b>	<b>9,863</b>	<b>11,436</b>	<b>11,071</b>	<b>3,447</b>	<b>7,360</b>
<i>Αυστρία</i>	359	396	521	583	161	422
<i>Βέλγιο</i>	467	527	587	588	136	359
<i>Γαλλία</i>	1,314	1,420	1,524	1,542	469	1,175
<i>Γερμανία</i>	3,139	3,706	4,381	4,026	1,526	3,001
<i>Ισπανία</i>	203	164	226	283	75	141
<i>Ιταλία</i>	1,387	1,441	1,667	1,553	373	806
<i>Κύπρος</i>	652	632	698	801	291	496
<i>Ολλανδία</i>	771	947	1,015	818	257	580
<i>Λοιπές</i>	644	631	818	878	159	379
<b>Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης</b>	<b>5,387</b>	<b>5,718</b>	<b>7,018</b>	<b>7,482</b>	<b>1,442</b>	<b>2,763</b>
<i>Δανία</i>	242	279	385	308	88	204
<i>Ρουμανία</i>	1,026	1,149	1,389	1,378	205	626
<i>Σουηδία</i>	413	493	509	412	48	128
<i>Τσεχία</i>	280	339	368	402	103	266
<i>Λοιπές</i>	3,426	3,457	4,368	4,982	998	1,540
<b>Λοιπές Χώρες</b>	<b>10,477</b>	<b>11,613</b>	<b>11,668</b>	<b>12,795</b>	<b>2,485</b>	<b>4,582</b>
<i>Αλβανία</i>	722	829	987	944	266	309
<i>Αυστραλία</i>	169	324	322	339	29	9
<i>Ελβετία</i>	438	449	521	540	176	404
<i>Ηνωμένο Βασίλειο</i>	2,895	3,002	2,943	3,499	1,069	1,591
<i>ΗΠΑ</i>	779	865	1,097	1,179	107	396
<i>Καναδάς</i>	153	198	346	321	33	57
<i>Ρωσία</i>	595	589	520	583	26	120
<i>Λοιπές</i>	4,726	5,358	4,932	5,389	781	1,698
<b>Σύνολο αφίξεων</b>	<b>24,799</b>	<b>27,194</b>	<b>30,123</b>	<b>31,348</b>	<b>7,374</b>	<b>14,705</b>

Πίνακας 4: Αφίξεις εξωτερικού ανά χώρα προέλευσης, 2016-2021.

Πηγή: Έρευνα συνόρων, ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022).



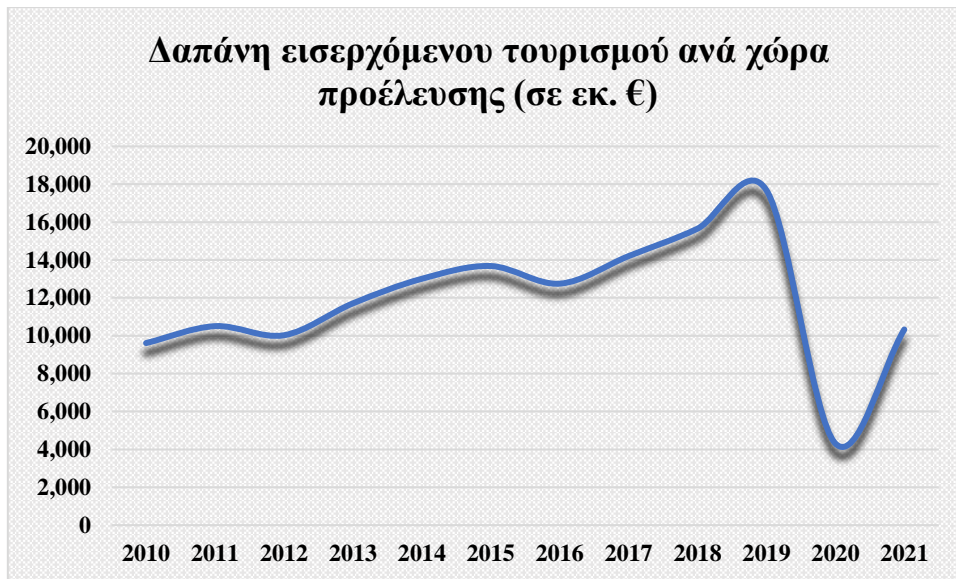
Διάγραμμα 3: Αφίξεις εξωτερικού, 2010-2021.

Πηγή: Έρευνα συνόρων, ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022).

Χώρες προέλευσης	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Χώρες Ευρωζώνης</b>	<b>5,580</b>	<b>6,296</b>	<b>7,102</b>	<b>7,732</b>	<b>2,405</b>	<b>5,536</b>
<i>Αυστρία</i>	251	257	364	462	112	337
<i>Βέλγιο</i>	318	341	399	453	92	294
<i>Γαλλία</i>	889	994	954	1,090	367	992
<i>Γερμανία</i>	2,128	2,553	2,962	2,959	1,134	2,316
<i>Ισπανία</i>	129	88	123	203	45	103
<i>Ιταλία</i>	722	753	939	1,009	218	525
<i>Κύπρος</i>	310	334	361	465	169	284
<i>Ολλανδία</i>	481	640	615	534	169	410
<i>Λοιπές</i>	352	336	385	558	98	276
<b>Χώρες ΕΕ εκτός Ευρωζώνης</b>	<b>1,573</b>	<b>1,511</b>	<b>1,969</b>	<b>1,999</b>	<b>453</b>	<b>1,261</b>
<i>Δανία</i>	133	147	213	191	58	154
<i>Ρουμανία</i>	391	374	450	483	80	301
<i>Σουηδία</i>	221	272	279	258	28	83
<i>Τσεχία</i>	123	132	162	186	48	140
<i>Λοιπές</i>	704	586	866	880	239	584
<b>Λοιπές Χώρες</b>	<b>5,596</b>	<b>6,395</b>	<b>6,582</b>	<b>7,949</b>	<b>1,452</b>	<b>3,531</b>
<i>Αλβανία</i>	170	190	236	212	90	111
<i>Αυστραλία</i>	182	395	362	371	20	9
<i>Ελβετία</i>	336	341	399	462	148	355
<i>Ηνωμένο Βασίλειο</i>	1,944	2,065	1,937	2,564	756	1,466
<i>ΗΠΑ</i>	728	814	1,040	1,189	86	596
<i>Καναδάς</i>	141	179	365	343	40	82
<i>Ρωσία</i>	436	418	341	433	14	115
<i>Λοιπές</i>	1,658	1,993	1,901	2,375	297	798
<b>Σύνολο Δαπάνης</b>	<b>12,749</b>	<b>14,202</b>	<b>15,653</b>	<b>17,680</b>	<b>4,310</b>	<b>10,328</b>

Πίνακας 5: Δαπάνη εξωτερικού ανά χώρα προέλευσης, 2016-2021.

Πηγή: Έρευνα συνόρων, ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022).



Διάγραμμα 4: Δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού, 2010-2021.

Πηγή: Έρευνα συνόρων, ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022).

Στον παρακάτω πίνακα, σύμφωνα με το World Travel & Tourism Council (2022: 27), παρουσιάζονται οι είκοσι χώρες με τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης του ΑΕΠ στον κλάδο των Ταξιδιών και του Τουρισμού για το 2021. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 13η θέση με ανάπτυξη 74,9% το 2021.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> WTTC (2022). *Travel & Tourism Economic Impact 2022. Global Trends*, 27. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK EIR2022-Global Trends WTTC.pdf](#), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

	2021 Rank	Growth (in %)
1	<i>Montenegro</i>	260,1%
2	<i>Cyprus</i>	166,9%
3	<i>Libya</i>	133,7%
4	<i>Philippines</i>	129,5%
5	<i>Mali</i>	106,9%
6	<i>Georgia</i>	102,0%
7	<i>St Lucia</i>	92,6%
8	<i>Bahamas</i>	88,9%
9	<i>Colombia</i>	83,8%
10	<i>Sudan</i>	81,8%
11	<i>Albania</i>	81,1%
12	<i>Armenia</i>	78,4%
13	<i>Greece</i>	74,9%
14	<i>Dominican Republic</i>	72,4%
15	<i>Uganda</i>	63,8%
16	<i>Turkey</i>	60,6%
17	<i>El Salvador</i>	60,4%
18	<i>Bermuda</i>	60,2%
19	<i>Italy</i>	58,5%
20	<i>US Virgin Islands</i>	55,8%

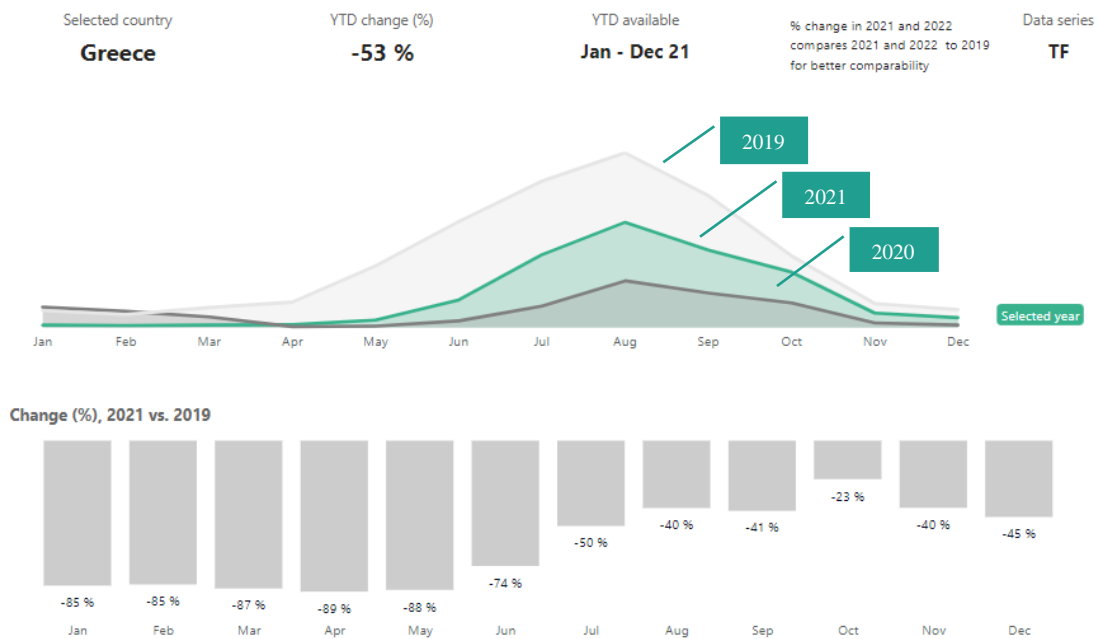
Πίνακας 6: Travel & Tourism GDP Growth, 2021  
Πηγή: WTTC (2022:27)

Το ίδιο συμπέρασμα αποτυπώνεται αν συγκρίνουμε τις διεθνείς αφίξεις στην Ελλάδα για τα τρία τελευταία έτη. Παρατηρείται σαφής ανάκαμψη μεταξύ 2020 και 2021, αλλά η ποσοστιαία διαφορά του 2021 με την χαρακτηριστική και πιο αντιπροσωπευτική χρονιά του 2019 φτάνει το -53%.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> UNWTO (2022). *Tourism Dashboard 2022*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).



## International tourist arrivals



Διάγραμμα 5: International tourist arrivals 2019-2021  
Πηγή: UNWTO (2022)

Με βάση την εκτίμηση της ΕΛΣΤΑΤ, το ΑΕΠ της Ελλάδας το 2021 διαμορφώθηκε στα € 182.830 εκατ. Ο τουρισμός εκτιμάται ότι συνείσφερε άμεσα στην οικονομία της χώρας € 13,2 δισ., δηλαδή το 7,2% του ΑΕΠ. , ενώ συνυπολογίζοντας τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά μπορεί να φτάσει μεταξύ 15,9% έως 19,1% του ΑΕΠ. Η δραστηριότητα του τουρισμού παρουσίασε αύξηση κατά +107,3% σε ετήσια βάση. Ο τουρισμός παρέμεινε και το 2021 μία εξαγωγική δραστηριότητα, καθώς το 88,3% του εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας προήλθε από το εξωτερικό (ΙΝΣΕΤΕ, 2022).<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Ίκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2021*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence. 5-14. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22\\_06\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2020-2021.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22_06_Tourism_and_Greek_Economy_2020-2021.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Κατηγορία Δαπάνης	2020	2021	%Δ
Δαπάνη Εισερχόμενων τουριστών	4,310	10,420	141,8%
Δαπάνη τουριστών Κρουαζιέρας	9	130	1370,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	2	36	1370,7%
Αερομεταφορές	582	990	70%
Θαλάσσιες Μεταφορές	49	66	35,2%
Εγχώριος τουρισμός	1,409	1,545	9,7%
<b>Άμεση Επίπτωση Τουρισμού</b>	<b>€ 6,361</b>	<b>€ 13,186</b>	<b>107,3%</b>
ως % ΑΕΠ	3,8%	7,2%	
πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2	
<b>Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα</b>	<b>€ 13,993</b>	<b>€ 29,010</b>	<b>107,3%</b>
ως % ΑΕΠ	8,5%	15,9%	
πολλαπλασιαστής ΚΕΙΠΕ	2,65	2,65	
<b>Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα</b>	<b>€ 16,855</b>	<b>€ 34,944</b>	<b>107,3%</b>
ως % ΑΕΠ	10,2%	19,1%	
<b>ΑΕΠ</b>	<b>€ 165,326</b>	<b>€ 182,830</b>	<b>10,6%</b>

Πίνακας 7: Έμμεσα οφέλη του τουρισμού, σε εκ. €  
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία INSETTE Intelligence (2022:13)

Στον πίνακα που ακολουθεί, μπορούμε να παρατηρήσουμε μία καλύτερη εικόνα σε ανάλυση ανά περιφέρεια.

Περιφέρεια	% κατανομή εσόδων εισ. Τουρισμού 2021	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2021	ΑΕΠ Περιφερειών 2021	% ΑΕΠ που αντιστοιχεί η τουριστική δαπάνη	κατά κεφαλής ΑΕΠ 2019
Ν.Αιγαίο	30%	€ 3,985	€ 6,372	63%	€ 18,655
Κρήτη	23%	€ 3,058	€ 9,221	33%	€ 14,695
Αττική	14%	€ 1,872	€ 87,227	2%	€ 23,341
Ιόνια Νησιά	13%	€ 1,656	€ 3,287	50%	€ 16,147
Κεντ. Μακεδονία	10%	€ 1,292	€ 25,105	5%	€ 13,430
Πελοπόννησος	2%	€ 319	€ 8,261	4%	€ 14,421
Θεσσαλία	2%	€ 229	€ 9,378	2%	€ 13,071
Αν. Μακεδονία & Ήπειρος	1%	€ 171	€ 6,961	2%	€ 11,639
Δυτ. Ελλάδα	1%	€ 164	€ 8,092	2%	€ 12,450
Στερεά Ελλάδα	1%	€ 144	€ 8,575	2%	€ 15,463
Β. Αιγαίο	1%	€ 87	€ 2,542	3%	€ 11,271
Δυτ. Μακεδονία	0%	€ 48	€ 3,786	1%	€ 14,284
<b>Σύνολο Χώρας</b>	<b>100%</b>	<b>€ 13,186</b>	<b>€ 182,830</b>	<b>7,2%</b>	<b>€ 17,092</b>

Πίνακας 8: Περιφερειακή κατανομή και συμβολή ανά Περιφέρεια, 2021  
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤτΕ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία INSETTE Intelligence (2022:14)

### 3.1.3 Ανάλυση της δομής της τουριστικής αγοράς

#### *i. Το Τουριστικό Προϊόν*

Τα αξιοθέατα, οι εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες που βρίσκονται στη διάθεση του επισκέπτη κατά την παραμονή του καθώς και η συνολική εμπειρία που αυτός αποκτά αποτελούν το τουριστικό προϊόν σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Παράγοντες που επηρεάζουν αυτό το σύνθετο προϊόν είναι ο προορισμός, το κατάλυμα, τα μεταφορικά μέσα, η διασκέδαση, η διατροφή, το φυσικό και το ευρύτερο περιβάλλον της περιοχής.

Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από υλικά και άυλα συστατικά. Τα υλικά συστατικά αφορούν διαθέσιμους πόρους που μπορούν να δημιουργηθούν ξανά όπως είναι οι τουριστικές δομές και υπερδομές (Seaton et al, 1996), ενώ τα άυλα συστατικά αφορούν υλικά που δεν είναι εφικτό να δημιουργηθούν, όπως οι εμπειρίες και οι αναμνήσεις του επισκέπτη.

Σύμφωνα με τον Middleton (2013), τα πέντε κύρια συστατικά του τουριστικού προϊόντος είναι τα αξιοθέατα και το περιβάλλον του προορισμού, οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις, η δυνατότητα πρόσβασης στον προορισμό, οι εικόνες και η αντίληψη του προορισμού και η τιμή για τον καταναλωτή.<sup>13</sup>

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο και ετερογενές προϊόν που διαθέτει τα παρακάτω στοιχεία:

- Αδυναμία αποθήκευσής, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τα διαθέσιμα δωμάτια ενός ξενοδοχείου τα οποία δεν μπορούν να αποθηκευτούν και να πωληθούν μεταγενέστερα.
- Ανελαστικότητα ως προς την προσφορά, δηλαδή μία αύξηση στη ζήτηση δεν συνοδεύεται από παράλληλη αύξηση της προσφοράς, καθώς δεν είναι δυνατή η παραγωγή επιπλέον τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών σε δεδομένη χρονική στιγμή
- Μικρός βαθμός αυτοματισμού.
- Η κατανάλωση λαμβάνει χώρα στον τόπο παραγωγής, κάτι το οποίο έχει ως συνέπεια την μετακίνηση του πελάτη στον τόπο αυτόν, και άρα η παραγωγή και η κατανάλωση είναι ταυτόχρονη.
- Μετά την κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών το μόνο που απομένει είναι η ανάμνηση, δηλαδή δεν διατηρείται κάποιο αγαθό ή υπηρεσία.
- Μεγάλος βαθμός υποκατάστατων προϊόντων, με την κλίμακα του εισοδήματος να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα.
- Υψηλή συμπληρωματικότητα, καθώς ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να συνθέσει το δικό του τουριστικό προϊόν.
- Υψηλή ευαισθησία σε κρίσεις και εποχικότητα, με πιο πρόσφατο παράδειγμα την πανδημία COVID-19 και τις συνέπειες της στον τουρισμό.
- Υψηλές αρχικές επενδύσεις.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Βαβουλιώτης Δ. (2018). *Τουριστικό Μάρκετινγκ - Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς. Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα. Παρούσα κατάσταση-Προοπτικές* (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

<sup>14</sup> Πατάς Σ. (2009). *Τουρισμός (Γενικά Χαρακτηριστικά και Διαστάσεις) [online]*. Πανεπιστήμιο Πειραιά. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence=25/9/2022>. (Προσπελάστηκε

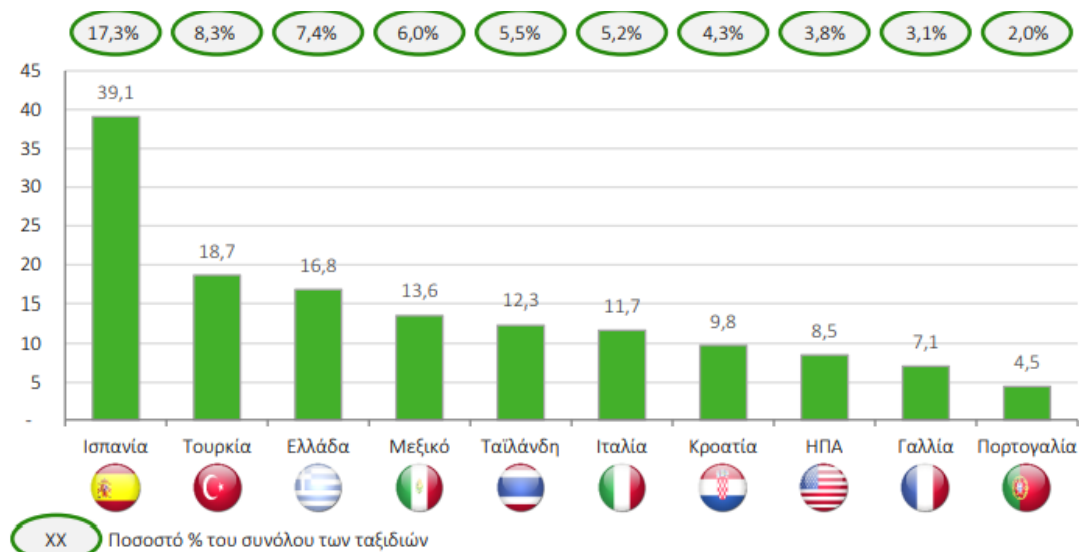
ii. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν και ανταγωνιστικότητα

Σύμφωνα με τη μελέτη «Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα» που έγινε με την σύμπραξη των εταιρειών Deloitte και Remaco για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ (2021), το χαρτοφυλάκιο των τουριστικών προϊόντων της Ελλάδας περιλαμβάνει πέντε κύρια τουριστικά προϊόντα και επτά συμπληρωματικά όπως αποτυπώνονται παρακάτω.

Συμπληρωματικά προϊόντα τουρισμού	Κύρια προϊόντα τουρισμού				
	Αγροτουρισμός	Ήλιος & Θάλασσα	Ναυτικός Τουρισμός	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break
Οικοτουρισμός					
Γαστρονομικός					
Ευεξίας					
Αθλητικός					
Επίσκεψη σε συγγενείς & φίλους					
Τρίτης Ηλικίας					

Πίνακας 9: Προϊόντα τουρισμού Ελλάδα  
ΠΗΓΗ: ΙΝΣΕΤΕ (2021:4)

Το Ήλιος και Θάλασσα αποτελεί το δημοφιλέστερο προϊόν παγκοσμίως και το βασικό προϊόν για την Ελλάδα. Στην αγορά αυτή η χώρα έχει μερίδιο 7,4% και κατέχει την 3η θέση παγκοσμίως σαν προορισμός.



Διάγραμμα 6: Κορυφαίοι προορισμοί Ήλιος & Θάλασσα, σε εκατ. Ταξίδια και % του συνόλου, 2019  
ΠΗΓΗ: ΙΝΣΕΤΕ (2021:8)

Σε διεθνή μεγέθη, το έτος 2019 το 22% των ταξιδιών αφορούσε την κατηγορία Ήλιος και Θάλασσα, το 16% την κατηγορία City Break και το 10% την κατηγορία Πολιτιστικός Τουρισμός. Συγκεκριμένα, η κατηγορία του Πολιτιστικού Τουρισμού αποτελεί για την Ελλάδα μία μεγάλη ευκαιρία ανάπτυξης, δεδομένου του ιστορικού και πολιτισμικού πλούτου της (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Deloitte, Remaco (2021). Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 4-8.

### *iii. Πελάτες*

Η τμηματοποίηση των πελατών σε υποσύνολα, που θα αποτελούν τις αγορές-στόχους του μάρκετινγκ, είναι σημαντική σύμφωνα με τους J.Howard και J. Sheth (1969) για μια επιχείρηση. Τα υπο-σύνολα αυτά των καταναλωτών θα είναι οι αγορές-στόχοι του μάρκετινγκ της επιχείρησης. Η ανάλυση αυτής της τμηματοποίησης θα βοηθήσει την επιχείρηση ή τους κρατικούς αρμόδιους ενός τουριστικού προορισμού να λάβουν αποφάσεις και να διαμορφώσουν την στρατηγική μάρκετινγκ σε ομάδες πελατών με ομοιογενή και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

#### ***Η «θεσμική» τμηματοποίηση***

Μία θεσμική ταξινόμηση γίνεται βάσει των κινήτρων των τουριστών. Αυτά διαφέρουν ανάλογα με την τουριστική δραστηριότητα, όπως είναι η παραθαλάσσια διαμονή, ο αθλητικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας και ο επιχειρηματικός τουρισμός. Σύμφωνα με τα παραπάνω έχουν καθοριστεί οι εξής μεγάλες κατηγορίες κινήτρων:

- Αναψυχή και διακοπές
- Επίσκεψη φίλων και συγγενών
- Επαγγελματικές και επιχειρηματικές συναντήσεις
- Υγεία
- Θρησκεία και Προσκυνήματα
- Λοιπά κίνητρα

Το πρόβλημα με τα παραπάνω κίνητρα είναι ότι ένα ταξίδι μα μπορεί να συνδυάσει παραπάνω από ένα από αυτά.

#### ***Η δημογραφική και η γεωγραφικό-δημογραφική τμηματοποίηση***

Οι πρώτες προσεγγίσεις της τμηματοποίησης των πελατών έγιναν βάσει δημογραφικών και γεωγραφικών στοιχείων. Στη δημογραφική τμηματοποίηση, οι πελάτες ομαδοποιούνται σύμφωνα με την κοινωνική και επαγγελματική τους κατάσταση, την ηλικία και την δομή της οικογένειας. Στην γεωγραφική τμηματοποίηση το κριτήριο είναι η γεωγραφική ζώνη. Συχνά χρησιμοποιείται ο συνδυασμός των δύο παραγόντων.

#### ***Η τμηματοποίηση αντιλήψεων ταξιδιού (styles of travel)***

Ο G. Taylor (1994), προκειμένου να κατανοήσει βαθύτερα τον τουρίστα και την ταξιδιωτική του συμπεριφορά, ανέλυσε την έννοια της αντίληψης του ταξιδιού. Με τον όρο αντίληψη, εννοούσε τον τρόπο που τα άτομα αντιλαμβάνονται, οργανώνουν και ύστερα πραγματοποιούν ένα ταξίδι. Απαιτούνται δύο σημαντικές πληροφορίες για την εκτίμηση των αντιλήψεων:

- Η επίπτωση ταξιδιού
- Και ο τρόπος σκέψης αναφορικά με το τουριστικό ταξίδι.

Η ανάλυση αυτή οδήγησε στην ανάδειξη τριών ομάδων τύπου ταξιδιού:

- Το οργανωμένο ταξίδι
- Το ανεξάρτητο ή μεμονωμένο ταξίδι
- Το απρόθυμο ταξίδι, το οποίο δεν αποτελεί προτεραιότητα.

### ***Τμηματοποίηση σύμφωνα με τις δραστηριότητες αναψυχής***

Σύμφωνα με τον R. Prentice (1994), μία διαφορετική τμηματοποίηση μπορεί να γίνει αν εξεταστεί η συσχέτιση ανάμεσα στις δραστηριότητες αναψυχής της καθημερινής ζωής και στις δραστηριότητες που επιλέγει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του και κατά πόσο αυτή συμβάλλει στην επιλογή προορισμού και δραστηριοτήτων στα ταξίδια τους. Η έρευνα αυτή καθόρισε τρεις κατηγορίες πελατών:

- Ενεργός παραθεριστικός τουρίστας (Active resort holiday), που απολαμβάνει πληθώρα δραστηριοτήτων στην παραλία, στην πισίνα, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης και σπορ.
- Λιγότερο ενεργητικός τουρίστας παραλίας (Less active beach holiday), που προτιμάει δραστηριότητες στην παραλία ή χαλάρωση στον ήλιο.
- 
- Περιηγητικός και πολιτισμικός τουρίστας (Touring and heritage tourism), μια κατηγορία τουριστών που δεν επιλέγει δραστήριες διακοπές αλλά ούτε λιγότερο ενεργητικές.

### ***Η τυπολογία του J. Abbey***

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον J. Abbey (1979) για λογαριασμό ταξιδιωτικών οργανισμών (tour operators), προσδιόρισε δώδεκα κατηγορίες τρόπου ζωής που οδηγούν σε δώδεκα τύπους τουριστών και των προτιμήσεών τους στις διακοπές, όπως φαίνεται παρακάτω:

- Ο τουρίστας που προτιμά τις οικογενειακές διακοπές.
- Ο τουρίστας που επιδιώκει τις οικονομικές διακοπές.
- Ο τουρίστας χωρίς αυτοπεποίθηση.
- Ο οργανωμένος τουρίστας
- Ο τουρίστας που επιζητεί τον αυτοπροσδιορισμό και την επιβεβαίωση του εγώ του.
- Ο τουρίστας που αγαπά την ιστορία.
- Ο τουρίστας που ενδιαφέρεται για τη νυκτερινή ζωή.
- Ο «κοινωνικός» τουρίστας
- Ο «οικολόγος» τουρίστας
- Ο «διανοούμενος» τουρίστας
- Ο «πολιτισμικός» τουρίστας
- Ο «αθλητικός» τουρίστας.

### ***Η τυπολογία του E. Cohen***

Μια διαφορετική προσέγγιση εφάρμοσε ο Cohen (1972), σύμφωνα με τον οποίο ο τουρισμός προσανατολίζεται ανάμεσα στις διαστάσεις της καινοτομίας και της μοναδικότητας. Ο σύγχρονος τουρίστας επιδιώκει να συνδυάσει την συνήθεια με την πρόκληση, την καινοτομία με την οικειότητα. Τέσσερις είναι οι τύποι τουριστών που παρατηρούνται βάσει των παραπάνω:

- Οργανωμένος μαζικός τουρίστας (organized mass tourist)
- Μεμονωμένος μαζικός τουρίστας (individual mass tourist)
- Εξερευνητής (explorer)
- Συρόμενος ή ορμώμενος (drifter)<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Varvaressos S., Soteriades M. (2002). *Tourist Consumption Behaviour: The appropriate analysis requires a comprehensive approach*. Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τεύχος 108-109, 347-390.

## Πελάτες και δυνητικοί πελάτες ελληνικής αγοράς

Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2021), η Ελλάδα διαθέτει ισχυρή διείσδυση στις μεγαλύτερες διεθνείς αγορές και για τα πέντε κύρια προϊόντα του ελληνικού τουρισμού, όπως αυτό αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα. Σύμφωνα με τη διεθνή συγκριτική ανάλυση μεταξύ των σημαντικότερων αγορών, οι εκτιμήσεις αποτιμούν ως δυνητικά σημαντικότερες αναδυόμενες αγορές για την Ελλάδα την Κίνα, τον Καναδά και τη Νότια Κορέα.

Κατάταξη	Ήλιος & Θάλασσα	Ναυτικός Τουρισμός	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break	MICE
1	Γερμανία	ΗΠΑ	Κίνα	Γερμανία	ΗΠΑ
2	ΗΒ	Γερμανία	ΗΠΑ	ΗΒ	Κίνα
3	Κίνα	ΗΒ	Γερμανία	Κίνα	Γερμανία
4	ΗΠΑ	Κίνα	Γαλλία	ΗΠΑ	ΗΒ
5	Ρωσία	Καναδάς	ΗΒ	Ιταλία	Ινδία
6	Γαλλία	Αυστραλία	Ρωσία	Ν.Κορέα	Γαλλία
7	Καναδάς	Γαλλία	Ν. Κορέα	Ιαπωνία	Ν. Κορέα
8	Ολλανδία	Ιταλία	Ιταλία	Καναδάς	Καναδάς
9	Ν. Κορέα	Ιαπωνία	Ισπανία	Γαλλία	Ταϊβάν
10	Ιταλία	Σουηδία	Καναδάς	Ισπανία	Ιαπωνία

Πίνακας 10: Διείσδυση της Ελλάδας σε διεθνείς αγορές για τα κύρια προϊόντα τουρισμού  
Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (2021:22)

Με βάση την ίδια ανάλυση, εκτιμάται ότι το προφίλ του εισερχόμενου τουρίστα στην Ελλάδα παρουσιάζει υψηλότερο ποσοστό στις ηλικίες 15-24 σε σχέση με τον κόσμο (36,3% έναντι 29,6%), υψηλότερο ποσοστό στο ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης (70% έναντι 62,2%) και χαμηλότερο ποσοστό στις κρατήσεις μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων (30,3% έναντι 37,7%).

Σε έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ (2021), σχετικά με τις τάσεις και τις προτιμήσεις για διεθνή ταξίδια, και στο ερώτημα ποιες χώρες είναι πιο πιθανό να επισκεφθείτε τους επόμενους 12 μήνες, η Ισπανία βρέθηκε στην πρώτη θέση των 5 από τις 8 υπό ανάλυση χώρες (Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία και Ολλανδία). Η καλύτερη θέση που κατάφερε να σημειώσει η Ελλάδα είναι η δεύτερη για την ιταλική αγορά και η τρίτη για τις αγορές του Ην. Βασιλείου, της Γερμανίας και της Γαλλίας. Σε κάθε περίπτωση, η Ιταλία, η Ισπανία, η Ελλάδα, η Γαλλία, η Γερμανία και το Ην. Βασίλειο βρίσκονται στο top-10 όλων των υπό εξέταση αγορών.<sup>17</sup>

Αναφορικά με το φύλο, παρατηρείται ότι οι γυναίκες προτιμούν τα σύντομα ταξίδια αναψυχής που συνδυάζονται με υπηρεσίες wellness, καθώς και τις επισκέψεις σε μουσεία και μνημεία. Αντίθετα, οι άντρες προτιμούν τα σύντομα ταξίδια για σπουδές ή δουλειά, καθώς και τα σύντομα ταξίδια αναψυχής σε συνδυασμό με τον αθλητισμό και τις δραστηριότητες. Η ηλικιακή ομάδα 31-40 (millennials) φαίνεται να είναι η συχνότερη σε όλους τους τύπους ταξιδιών. Εξάιρεση αποτελούν τα ταξίδια μεγάλης διάρκειας με πολιτιστικό ενδιαφέρον που προτιμώνται από την ηλικιακή ομάδα 57-65 (baby boomers). Σχετικά με το μορφωτικό επίπεδο, η κατηγορία που εμφανίζεται πιο συχνά και σε όλους τους τύπους ταξιδιών είναι οι Απόφοιτοι Πανεπιστημίου. Αναφορικά με την επαγγελματική κατάσταση, όπως είναι

<sup>17</sup> Τικκος Α., Λάμπρου Ε. (2021). *Τάσεις και προτιμήσεις για διεθνή ταξίδια στις αγορές της Ελλάδας σε Ευρώπη και ΗΠΑ (με έμφαση σε ταξίδια Sun & Beach και City Break)*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 1-36.

αναμενόμενο αυτοί που ταξιδεύουν περισσότερο είναι οι εργαζόμενοι και ακολουθούν οι συνταξιούχοι, που καταλαμβάνουν σημαντικό μερίδιο στα ταξίδια μεγάλης διάρκειας.<sup>18</sup>

*iv. Προμηθευτές*

Στην εφοδιαστική αλυσίδα τουρισμού και στην παροχή του τελικού τουριστικού προϊόντος συμμετέχουν προμηθευτές από τις εξής κατηγορίες:

- Διαμονή
- Μεταφορά από και προς τον προορισμό
- Εστίαση και Φαγητό και Ποτά (F&B)
- Επίγειες μεταφορές
- Υπηρεσίες εδάφους
- Πολιτιστικές και κοινωνικές εκδηλώσεις
- Περιβαλλοντικοί, πολιτιστικοί και πολιτιστικοί πόροι του προορισμού.

Ο Chen (2009) πρόσθεσε στα παραπάνω την βιομηχανία των αναμνηστικών (souvenir) και της ψυχαγωγίας. Οι Zang, Song και Huang (2009) διαχώρισαν τους προμηθευτές σε αυτούς της πρώτης βαθμίδας και της δεύτερης βαθμίδας. Οι προμηθευτές πρώτης βαθμίδας περιλαμβάνουν διαμονή, μεταφορά, εκδρομές, ψώνια και εστίαση. Οι προμηθευτές δεύτερης βαθμίδας αποτελούνται από εκείνες τις επιχειρήσεις που προμηθεύουν προϊόντα και υπηρεσίες στους προμηθευτές πρώτης βαθμίδας όπως παραγωγοί χειροποίητων , προμηθευτές νερού και ενέργειας και οι βιομηχανίες τροφίμων και ποτών.<sup>19</sup>

Οι προμηθευτές πρώτης και δεύτερης βαθμίδας υποστηρίζουν την ροή πληροφοριών προς τους μεσάζοντες, όπως οι tour operators και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες για την παραγωγή του τουριστικού πακέτου.

Μια περαιτέρω πτυχή της τουριστικής εφοδιαστικής αλυσίδας είναι οι δραστηριότητες των πελατών κατά τη διάρκεια των διακοπών, ιδιαίτερα σε σχέση με τη συμπεριφορά τους και το τι προμηθεύονται για τον εαυτό τους σε αυτούς τους προορισμούς. Οι tour operators εμπορεύονται ολόκληρη την εμπειρία των διακοπών στους πελάτες, και αυτό περιλαμβάνει την ευκαιρία να γευτούν τα τοπικά προϊόντα και να απολαύσουν τις υπηρεσίες ενός προορισμού. Οι τουριστικοί πράκτορες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην παροχή κατάλληλων συμβουλών στους πελάτες τους σχετικά με τα τοπικά προϊόντα και τις υπηρεσίες και να διασφαλίσουν ότι οι τοπικοί παραγωγοί και οι πάροχοι υπηρεσιών έχουν πρόσβαση στους τουρίστες σε δίκαιη βάση.<sup>20</sup>

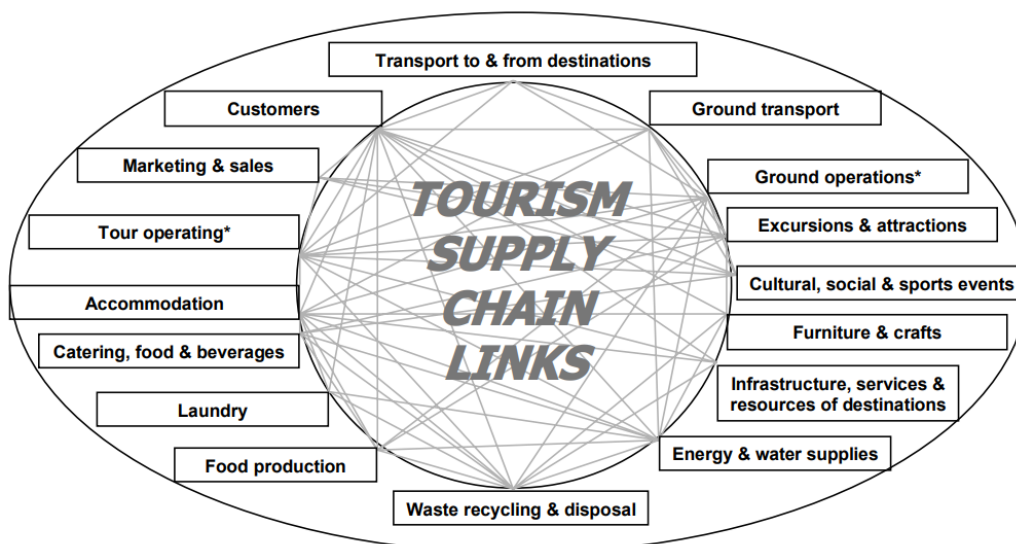
---

<sup>18</sup> Ίκκος Α., Ρασούλη Γ. (2021). *Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας - Οι προτιμήσεις των τουριστών. Συμπεράσματα της μελέτης Estudio de posicionamiento de España como destino turístico – Informe general de resultados, Real Instituto Elcano & Turespaña, Madrid, Diciembre de 2020.* INΣETE Intelligence, 13-16.

<sup>19</sup> Nyoman Indah K.D. et al (2019). *Tourism Supply Chain Framework: A Case on Tourism Village.* Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 383, p.2.

<sup>20</sup> Tapper R., Font X. (2004). *Tourism Supply Chains Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation FINAL REPORT.* Leeds Metropolitan University, p.6.





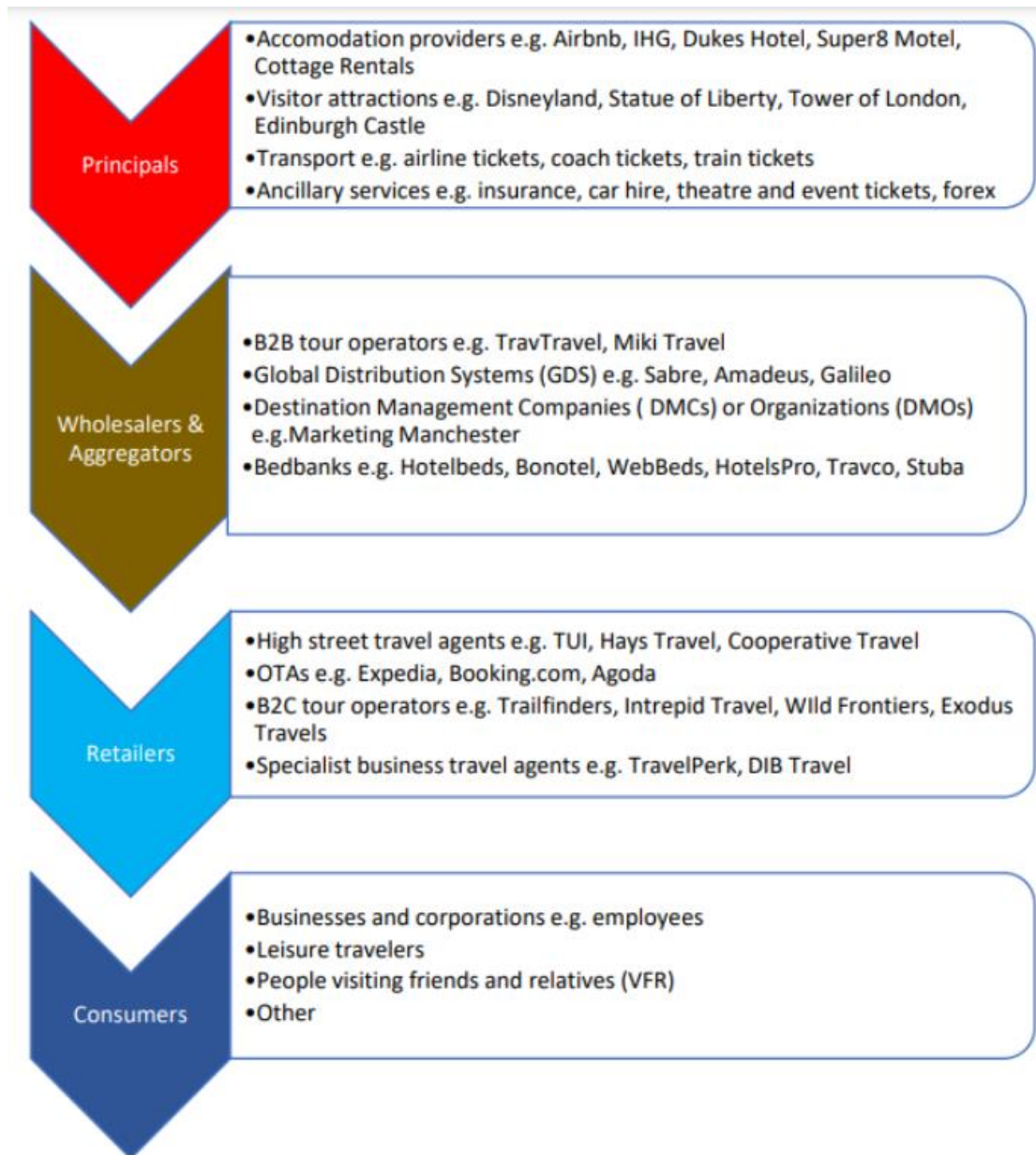
Εικόνα 4: Tourism Supply Chain Links  
 Πηγή: Tapper R. (2004:6)

v. *Διανομή*

Το τουριστικό κύκλωμα έχει ανάγκη από ταχύτητα, ακρίβεια και ασφάλεια στην ροή των πληροφοριών. Ως αποτέλεσμα, οι τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας και λειτουργίας. Προκειμένου να επιτευχθεί υψηλή ανταγωνιστικότητα και αποδοτικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων, οι λειτουργίες της παραγωγής, του μάρκετινγκ και της διανομής του τουριστικού προϊόντος έχουν προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογίες και απαιτήσεις (e-Business Forum, 2007).

Τα νέα κανάλια διανομής, όπως είναι οι πλατφόρμες του διαδικτύου, επιτρέπουν την μείωση του κόστους, την ενίσχυση της επικοινωνίας και την διαφοροποίηση. Ωστόσο, δεν αντικαθιστούν την λειτουργία και την διαπραγματευτική δύναμη των Tour Operators στην ελληνική αγορά, καθώς αυτή δεν αποτυπώνεται μόνο στην προώθηση και την διανομή πληροφοριών σχετικά με την Ελλάδα, αλλά αποτελούν το μεγαλύτερο κανάλι πωλήσεων με παροχή άμεσης και οικονομικής πρόσβασης στον τελικό προορισμό για τον τουρίστα, μέσα από την πληθώρα των υπηρεσιών που προσφέρουν.<sup>21</sup>

<sup>21</sup> ΣΕΤΕ (2010). *Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών, Χίος.



Εικόνα 5: Travel and Tourism Chain of Distribution  
 ΠΗΓΗ: Reali C., Hotelmize <sup>22</sup>

Συγκεκριμένα, στην αγορά της Ελλάδας και στο βασικό προϊόν που είναι ο Ήλιος και η Θάλασσα τα βασικά κανάλια διανομής είναι μεγάλοι tour operators μαζικού τουρισμού (π.χ. TUI, FTI, DER Touristik) και εδραιωμένοι OTAs (π.χ. Booking, Expedia). Στον Ναυτικό τουρισμό και στην κατηγορία του yachting οι κρατήσεις γίνονται μέσω εταιρειών ναύλωσης, διαχείρισης και αγοραπωλησίας σκαφών, μέσω εξειδικευμένων OTAs και agents (π.χ. Sailogy, Sunsail), με τη χρήση θεματικών πλατφόρμων (π.χ. Tourradar, Travelopia) και πλατφόρμων οικονομίας διαμοιρασμού (π.χ. Borrow a Boat και Click & Boat). Σχετικά με την κρουαζιέρα, οι άμεσες κρατήσεις γίνονται μέσω των cruise lines ή από εδραιωμένους tour operators (π.χ. TUI Cruises) ή από εξειδικευμένους OTAs (π.χ. Planet cruise) (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).

<sup>22</sup> Reali C.. *What are the main types of Tourism Distribution Channels*. Hotelmize. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.hotelmize.com/blog/what-are-the-main-types-of-tourism-distribution-channels/>, (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

Στον Πολιτιστικό και Θρησκευτικό τουρισμό, βασικό ρόλο διανομής διαδραματίζουν και πάλι οι μεγάλοι tour operators μαζικού τουρισμού (κυρίως η TUI), αλλά και πιο εξειδικευμένοι tour operators όπως είναι η Globus ή πιο εξειδικευμένοι OTAs όπως είναι η Culture Trip. Στην κατηγορία City Break, τα βασικά κανάλια διανομής εκτός από τις άμεσες κρατήσεις, τους tour operators (π.χ. TUI, JET2CityBreaks) και τις πλατφόρμες Booking, Expedia, σημαντική συμβολή έχουν πλέον και οι πλατφόρμες Οικονομίας Διαμοιρασμού όπως είναι η Airbnb. Τέλος, στην κατηγορία MICE, η οποία στα χρόνια του COVID-19 έχει δεχθεί βαρύτατο πλήγμα, τα κανάλια διανομής αφορούν είτε εξειδικευμένους tour operators όπως π.χ. BCD travel και CWT είτε Professional Congress Organizers (PCOs) είτε και εξειδικευμένους OTAs όπως Ctrip και Travel leaders (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).<sup>23</sup>

#### vi. Ανταγωνιστές

Σύμφωνα με τη μελέτη της γαλλικής εταιρείας ερευνών αγοράς Ipsos (Ίκκος, 2021), το ελληνικό τουριστικό brand κατέχει την πέμπτη ισχυρότερη θέση παγκοσμίως. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα που διεξήχθη κατά τη διάρκεια της πανδημίας τον Σεπτέμβριο του 2020, από τον Εθνικό Οργανισμό Τουρισμού της Ισπανίας Turespana και το Βασιλικό Ινστιτούτο El Cano της Ισπανίας, με ερώτημα ποια είναι η χώρα στην οποία προτιμούν να ταξιδέψουν μετά την πανδημία οι τουρίστες, με απαντήσεις πολιτών από 29 χώρες, η Ελλάδα αποτελούσε την πρώτη επιλογή για τους Ευρωπαίους πολίτες και την πέμπτη επιλογή για τις άλλες αγορές. Στην ίδια έρευνα η Ελλάδα κατέχει την 7η θέση σε επισκεψιμότητα παγκοσμίως ενώ προηγούνται χώρες όπως η Ισπανία, η Γαλλία και η Ιταλία. Σε ευρωπαϊκές αγορές, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 6η θέση, ενώ σε μη ευρωπαϊκές στην 10η θέση. Σε κάθε περίπτωση, ο προτιμώμενος τύπος ταξιδιού είναι τα ταξίδια αναψυχής, χωρίς επιμέρους σκοπό, τα οποία συνδέονται άρρηκτα με τον Ήλιο και την Θάλασσα, την εξερεύνηση της φύσης, τη γαστρονομία και το shopping, στοιχεία στα οποία διακρίνεται ο ελληνικός τουρισμός.<sup>24</sup>

Rank	Economy	Score <sup>2</sup>	Rank	Change since 2019 <sup>1</sup> Score	Diff. from TTDI Avg. (%)
1	Japan	5.2	1	0.7%	31.8%
2	United States	5.2	-1	-1.0%	30.7%
3	Spain	5.2	2	0.0%	29.5%
4	France	5.1	2	-0.2%	28.8%
5	Germany	5.1	-1	-1.8%	27.3%
6	Switzerland	5.0	1	-2.1%	26.0%
7	Australia	5.0	1	-1.3%	25.6%
8	United Kingdom	5.0	-5	-4.5%	24.8%
9	Singapore	5.0	0	-1.4%	24.6%
10	Italy	4.9	2	0.8%	23.9%
11	Austria	4.9	0	0.4%	23.6%
12	China	4.9	3	2.3%	23.5%
13	Canada	4.9	-3	-2.1%	22.9%
14	Netherlands	4.9	0	0.2%	22.3%
15	Korea, Rep.	4.8	4	1.9%	21.4%
16	Portugal	4.8	-3	-2.1%	19.8%
17	Denmark	4.7	-1	-1.5%	18.9%
18	Finland	4.7	-1	-2.2%	17.3%
19	Hong Kong SAR	4.6	-1	-3.0%	16.3%
20	Sweden	4.6	1	-1.9%	16.0%
21	Luxembourg	4.6	2	-0.5%	15.4%
22	Belgium	4.6	3	-0.6%	14.4%
23	Iceland	4.5	-1	-1.8%	14.2%
24	Ireland	4.5	-4	-3.9%	13.9%
25	United Arab Emirates	4.5	1	0.7%	13.9%
26	Czech Republic	4.5	1	0.3%	13.3%
27	New Zealand	4.5	-3	-2.5%	12.6%
28	Greece	4.5	0	0.2%	12.1%
29	Estonia	4.4	2	-0.6%	10.7%
30	Poland	4.4	3	0.8%	10.6%

Εικόνα 6: Travel & Tourism Development Index 2021 overall rankings  
Πηγή: World Economic Forum (2022)

Παρόλα τα προαναφερθέντα αξιολογικά και θετικά στοιχεία, η Ελλάδα έλαβε την 24<sup>η</sup> θέση ανάμεσα σε 140 χώρες στην παγκόσμια κατάταξη τουριστικής ανταγωνιστικότητας του World Economic Forum (2019) σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσιεύθηκαν το 2019, ενώ το

<sup>23</sup> Deloitte, Remaco (2021). *Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα*. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 15-20.

<sup>24</sup> Ίκκος Α. (2021). *Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού* [online]. Η Καθημερινή. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kathimerini.gr/economy/561438124/i-antagonistikotita-toy-ellinikoy-toyris moy/>. (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

2021 έλαβε την 28<sup>η</sup> θέση στην αντίστοιχη κατάταξη. Χώρες οι οποίες προπορεύονταν της Ελλάδας ήταν η Ιαπωνία, οι ΗΠΑ, η Ισπανία, η Γαλλία και η Ιταλία.<sup>25</sup>

Με βάση τη μελέτη του INSETE (2019) που παρουσιάστηκε το 2019 σχετικά με την αξιολόγηση της Ελλάδας σαν brand και σύγκριση με τον ανταγωνισμό της Νότιας Ευρώπης, τα βασικότερα στοιχεία ικανοποίησης των τουριστών στην Νότια Ευρώπη είναι η διαμονή που απολαμβάνουν, το αίσθημα ασφάλειας και φιλοξενίας, ο γαστρονομικός πλούτος και η ομορφιά των φυσικών τοπίων. Στις χώρες αυτές συγκαταλέγονται η Ελλάδα, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Ιταλία, η Τουρκία, η Μάλτα και η Κροατία. Και στα πέντε αυτά κριτήρια η Ελλάδα υπερτερεί αλλά υστερεί σε άλλες διαστάσεις όπως είναι η καθαριότητα, η πολεοδομία, η πληροφόρηση, η πρόσβαση σε αεροδρόμια και μέσα μαζικής μεταφοράς, το οδικό δίκτυο και η εμπειρία που αποκομίζει ο επισκέπτης στους αρχαιολογικούς χώρους. Αξίζει να σημειωθεί ωστόσο ότι η Ελλάδα κατέχει υψηλή θέση στην επιλογή των τουριστών που ενδιαφέρονται για την γαστρονομία (foodies), καθώς προσφέρει υψηλή ποιότητα και ποικιλία φαγητού.<sup>26</sup>

Σε ό,τι αφορά τους πολιτιστικούς πόρους, οι επισκέπτες βαθμολογούν θετικά την Ελλάδα στο κλασσικό προϊόν, δηλαδή στα μνημεία και τα αξιοθέατα, αλλά δεν συμβαίνει το ίδιο με άλλους παράγοντες όπως η ποικιλομορφία σε επίπεδο προϊόντος, η παρουσίαση (story telling), η καθαριότητα των χώρων, οι επιλογές για αγορές και ψυχαγωγία και η επαρκής πληροφόρηση μέσω κέντρων πληροφόρησης αλλά και μέσω εφαρμογών internet και κινητής τηλεφωνίας.

Σύμφωνα με την έρευνα της Accor, η Ελλάδα βρίσκεται στην 3<sup>η</sup> θέση των προτιμήσεων στην κατάταξη των Βορειοευρωπαϊκών ταξιδιωτών και διατηρεί ποσοστό προτίμησης 28% στο top 10 των ευρωπαϊκών χωρών και 18% στους 10 κορυφαίους προορισμούς του κόσμου. Οι παράγοντες αυτοί που φαίνεται να κερδίζουν τους ταξιδιώτες αφορούν τον δελεαστικό συνδυασμό του σύντομου χρόνου πτήσεων, το ζεστό κλίμα, την εντυπωσιακή ακτογραμμή, το καλό φαγητό, τη μόδα και τον πολιτισμό.<sup>27</sup>

Σε όρους αφίξεων, η Ελλάδα σημείωσε το 2021 την δεύτερη υψηλότερη ποσοστιαία αύξηση (+99% σε σύγκριση με το 2020), συγκρινόμενη με ανταγωνιστικούς προορισμούς: Κύπρος (+206%), Κροατία (+92%), Τουρκία (+88%), Ισπανία (+65%), Μάλτα (+47%) και Ιταλία (+4%) (INSETE, 2022:5).<sup>28</sup>

### 3.1.4 Προβλέψεις και τάσεις του κλάδου για το 2022

Με βάση τα στοιχεία της εξέλιξης των εμβολιασμών παγκοσμίως, τη χαλάρωση των περιοριστικών μέτρων και την αίσθηση εμπιστοσύνης των καταναλωτών, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC, 2021) μέσω της ανάλυσης από την Oxford Economics, καταλήγει σε μία εκτίμηση για αύξηση της συνεισφοράς του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία κατά 31,7% σε ετήσια βάση το 2022 σε σύγκριση με το 2021.

<sup>25</sup> World Economic Forum (2022). *Travel & Tourism Development Index 2021, Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future, Insight report* [online], p.13. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>26</sup> INSETE (2019). *Αξιολόγηση του brand "Ελλάδα" και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών*, 8-26. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019\\_TRAVELSAT\\_Greece\\_2018.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019_TRAVELSAT_Greece_2018.pdf), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>27</sup> Accor (2022). *The Return of Travel*, 1-5. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK Accor Έρευνα τάσεις 2022.pdf](https://www.accor.com/press-releases/the-return-of-travel), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>28</sup> Ίκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2021*. INSETE Intelligence. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22\\_06\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2020-2021.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22_06_Tourism_and_Greek_Economy_2020-2021.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Ενώ το 2019, ο τουριστικός τομέας απέφερε σχεδόν 9,2 τρις δολάρια στην παγκόσμια οικονομία, η αντίστοιχη συνεισφορά για το 2020 εξαιτίας της πανδημίας μειώθηκε κατά 49,1%. Για το 2022, εκτιμάται ένα ελπιδοφόρο σενάριο για αύξηση κατά 18% σε ετήσια βάση των θέσεων εργασίας στον κλάδο.

Σύμφωνα με την έρευνα, όλα τα παραπάνω θα είναι πιο πιθανά αν τηρηθούν τα παρακάτω μέτρα:

- Ελεύθερη κυκλοφορία των πλήρως εμβολιασμένων ταξιδιωτών.
- Εφαρμογή ψηφιακών λύσεων για την ταχύτερη εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών σε θέματα που αφορούν την υγειονομική τους κατάσταση λόγω τους COVID.
- Αναγνώριση όλων των εμβολίων που είναι εγκεκριμένα από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ).<sup>29</sup>

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2022), ο διεθνής τουρισμός γνώρισε αύξηση 4% το 2021, που μεταφράζεται σε 15 εκατομμύρια περισσότερες διεθνείς τουριστικές αφίξεις συγκριτικά με το 2020. Παρόλα αυτά, οι διεθνείς αφίξεις παρέμειναν σε επίπεδα πολύ χαμηλότερα από αυτά προ της πανδημίας. Η αύξηση της ζήτησης μεταφράζεται ως εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών έπειτα από τη θετική πορεία των εμβολιασμών και της ελάφρυνσης των περιορισμών εισόδου σε αρκετούς προορισμούς.

Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις των εμπειρογνομώνων του UNWTO, το 61% των επαγγελματιών του τουρισμού προβλέπουν καλύτερες προοπτικές για το 2022. Ακόμα, το 64% των ειδικών του κλάδου αναμένει την επιστροφή των διεθνών αφίξεων στα επίπεδα του 2019 το 2024.

Ο δείκτης εμπιστοσύνης του UNWTO δείχνει ελαφρά πτώση τον Ιανουάριο έως Απρίλιο 2022. Τα σενάρια του UNWTO δείχνουν ότι οι διεθνείς αφίξεις τουριστών θα μπορούσαν να αυξηθούν κατά 30% έως 78% το 2022 σε σύγκριση με το 2021. Ωστόσο, αυτό εξακολουθεί να είναι 50% έως 63% κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα.<sup>30</sup>

Η πρόσφατη αύξηση των κρουσμάτων COVID-19 και η παραλλαγή Omicron πρόκειται να διαταράξουν την ανάκαμψη και να επηρεάσουν την εμπιστοσύνη μέχρι τις αρχές του 2022, καθώς ορισμένες χώρες επαναφέρουν τις ταξιδιωτικές απαγορεύσεις και τους περιορισμούς για ορισμένες αγορές. Ταυτόχρονα, η ανάπτυξη του εμβολιασμού παραμένει άνιση και πολλοί προορισμοί εξακολουθούν να έχουν τα σύνορά τους εντελώς κλειστά, κυρίως στην Ασία και τον Ειρηνικό. Ένα δύσκολο οικονομικό περιβάλλον θα μπορούσε να ασκήσει πρόσθετη πίεση στην αποτελεσματική ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού, με την άνοδο των τιμών του πετρελαίου, την αύξηση του πληθωρισμού, την πιθανή αύξηση των επιτοκίων, τους υψηλούς όγκους χρέους και τη συνεχιζόμενη διακοπή των αλυσίδων εφοδιασμού. Ωστόσο, η συνεχιζόμενη ανάκαμψη του τουρισμού σε πολλές αγορές, κυρίως στην Ευρώπη και την Αμερική, σε συνδυασμό με την ευρεία ανάπτυξη εμβολιασμών και τη σημαντική συντονισμένη άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών, θα μπορούσε να βοηθήσει στην αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και στην επιτάχυνση της ανάκαμψης του διεθνούς τουρισμού το 2022.

Ενώ ο διεθνής τουρισμός ανακάμπτει, ο εγχώριος τουρισμός συνεχίζει να οδηγεί την ανάκαμψη του κλάδου σε έναν αυξανόμενο αριθμό προορισμών, ιδιαίτερα σε αυτούς με μεγάλες εγχώριες αγορές. Σύμφωνα με τους ειδικούς, ο εσωτερικός τουρισμός και τα ταξίδια κοντά στο σπίτι, καθώς και οι υπαίθριες δραστηριότητες, τα προϊόντα με βάση τη φύση και ο

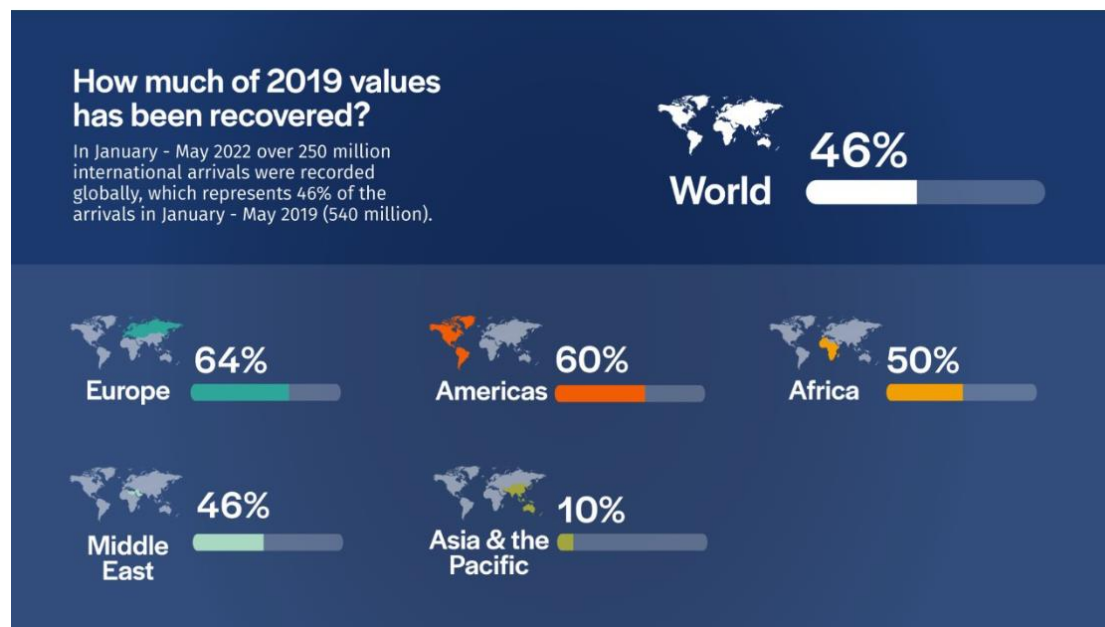
---

<sup>29</sup> Tomos news (2021). *WTTC | Έρευνα: Αργή η ανάκαμψη του παγκόσμιου τουρισμού το 2021 και ίσως και το 2022 - πώς θα έλθει η απογείωση*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.tomosnews.gr/permalink/53206.html>. (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>30</sup> UNWTO (2022). *UNWTO World Tourism Barometer* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data>, (Προσπελάστηκε 14/5/2022).

αγροτικός τουρισμός είναι μεταξύ των σημαντικότερων ταξιδιωτικών τάσεων που θα συνεχίσουν να διαμορφώνουν τον τουρισμό το 2022.

Τα πρώτα στοιχεία της περιόδου Ιανουάριος – Μάιος του 2022 επιβεβαιώνουν τα παραπάνω σενάρια. Οι διεθνείς αφίξεις στο πρώτο πεντάμηνο του έτους ανήλθαν στο 46% του 2019. Για την Ευρώπη το ποσοστό αυτό έφτασε το 64%.<sup>31</sup>



Εικόνα 7: Επαναφορά τουρισμού, σύγκριση 2022-2019  
Πηγή: UNWTO (2022)

Η έρευνα του ξενοδοχειακού ομίλου της Accor (2022) υποστηρίζει ότι οι ταξιδιώτες είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν κατά μέσο όρο 39% περισσότερα χρήματα το 2022 σε σύγκριση με το 2019 και να πραγματοποιήσουν κατά μέσο όρο 4 ταξίδια.

Στη μελέτη συμμετείχαν 6 χιλιάδες εθελοντές από πέντε χώρες -Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Ολλανδία, Ρωσία και Πολωνία- και έδωσαν απαντήσεις σε σχέση με τις προτιμήσεις στα επόμενά τους ταξίδια. Παράλληλα, ποσοστό άνω του 80% οργανώνει ένα ταξίδι μέσα στο 2022 και είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν σημαντικά ποσά στα ταξίδια τους. Η ερευνητική μελέτη επικεντρώνεται ακόμη στις αλλαγές που θα επιφέρει η πανδημία στη συμπεριφορά, τον τρόπο ζωής, διασκέδασης και στον τρόπο που ταξιδεύουμε από το 2022 και έπειτα.

Φαίνεται πως η ζήτηση για “fly and flop” διακοπές, δηλαδή για διακοπές χαλάρωσης και αναψυχής χωρίς συγκεκριμένο πρόγραμμα δραστηριοτήτων έχει αυξηθεί, ενώ την πρωτιά διατηρούν οι διακοπές στην παραλία, με το 33% των ερωτηθέντων να οργανώνει αποδράσεις στον ήλιο. Σε ποσοστό 26%, οι ερωτηθέντες είναι θετικοί σε διακοπές city breaks και η τάση του mindful travel (ενσυνείδητου ταξιδιού) κερδίζει έδαφος.

Η έρευνα (Accor, 2022) ανέδειξε ότι ένας στους πέντε αποζητά αποδράσεις εκτός χώρας, με αυξημένη επιθυμία για επαφή με τη φύση, με το 30% των ταξιδιωτών να αναζητούν διακοπές στην ύπαιθρο το 2022. Η Omicron έχει επίσης ενισχύσει την επιθυμία μας να εξερευνήσουμε τη χώρα μας, με τα ποσοστά των ταξιδιωτών που σχεδιάζουν staycations να φτάνει το 28%. Έπειτα από δύο χρόνια πανδημίας, το 14% των Ευρωπαίων οργανώνει μια πολυτελή απόδραση που θα αναπληρώσει αυτόν τον καιρό αδράνειας.

<sup>31</sup> UNWTO (2022). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>. (Προσπελάστηκε 14/10/2022).

Οι δέκα κορυφαίες τάσεις για τα χρόνια μετά την πανδημία σύμφωνα με την Accor είναι οι εξής:

- Holiday Millionaires, αν έχουν την οικονομική ευχέρεια θα θέλουν να τα ξοδέψουν.
- Biophilia, το κάλεσμα της φύσης παραμένει ισχυρό.
- Linger Longer , η βιωσιμότητα, η επίγνωση και το “workation” συμβάλλουν σε μεγαλύτερης διάρκειας ταξίδια.
- Crafted Contentment – Αυτοβελτίωση, μάθηση και εμπειρίες στα ταξίδια.
- Solitude, τα σόλο ταξίδια, η φροντίδα του εαυτού μας και η ανάγκη για προσωπικό χρόνο αναμένεται να ανθίσουν το 2022.
- Hybrid Working, ο νέος επαγγελματίας ταξιδιώτης, επηρεασμένος από την υβριδική εργασία, το “workspitality” και τους νέους τρόπους εργασίας.
- City Celebrants, έπειτα από δύο χρόνια απομόνωσης, οι άνθρωποι θέλουν να νιώσουν ξανά μέρος της ανθρώπινης ζωής.<sup>32</sup>

Οι αναλυτές της Alpha Bank, σε έρευνα που διεξήχθη την άνοιξη του 2022 με τίτλο «Greek Tourism Industry Reloaded: Post-pandemic Rebound and Travel Megatrends», επισημαίνουν τις νέες απαιτήσεις και τα megatrends στον κλάδο του τουρισμού για την μετά COVID εποχή. Το ελληνικό μοντέλο του καλοκαιρινού τουρισμού, Ήλιος και Θάλασσα, φαίνεται να φθίνει και έτσι προτείνονται δράσεις για διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, έτσι ώστε οι ταξιδιώτες να βρίσκουν κίνητρο επίσκεψης καθ’όλη τη διάρκεια του χρόνου.<sup>33</sup>

Το παγκόσμιο τουριστικό μοντέλο έχει εισέλθει σε φάση αλλαγών, ένα αποτέλεσμα που προέκυψε από ποικίλους παράγοντες:

- Η κλιματική αλλαγή και οι άμεσες συνέπειές της. Ο κλάδος του τουρισμού έχει μεγάλη επιρροή στο φαινόμενο και καλείται πλέον να εφαρμόσει «πράσινες» πολιτικές.
- Η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει επηρεάσει την καθημερινότητα και την εργασία ( εξ’ αποστάσεως εργασία).
- Οι δημογραφικές εξελίξεις και κυρίως η γήρανση του πληθυσμού, καθώς και η σύγχρονη νοοτροπία των νεότερων γενεών, μεταβάλουν τα καταναλωτικά πρότυπα της φιλοξενίας, των ταξιδιών και της διασκέδασης.

Οι τάσεις που προκύπτουν από τα παραπάνω φαινόμενα κατηγοριοποιούνται σε:

- Σχετικές με τον σχεδιασμό πολιτικής, συμπεριλαμβανομένης της πράσινης μετάβασης και του προσβάσιμου τουρισμού.
- Τεχνολογικές, που αφορούν τον ψηφιακό μετασχηματισμό των υπηρεσιών του τουρισμού και τη βελτιστοποίηση της εμπειρίας, με την εφαρμογή και της ρομποτικής.
- Συμπεριφορικές, σχετικά με την κοινωνική αποστασιοποίηση, τις υγειονομικές συνθήκες και νέα ταξιδιωτικά πρότυπα σχετικά με την ευελιξία στην αγορά εργασίας
- Δημογραφικές, όπως φαινόμενα γήρανσης του πληθυσμού που συμβάλουν στην ανάπτυξη νέων προτύπων τουρισμού.

---

<sup>32</sup> Accor (2022). *The Return of Travel*, 1-5. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK Accor Έρευνα τάσεις 2022.pdf](#), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>33</sup> Adamopoulou E., Kapopoulos P., Marinopoulou E. (2022). *Greek Tourism Industry Reloaded: Post-pandemic Rebound and Travel Megatrends*. Alpha Bank Economic Research.

### 3.1.5 Βιώσιμος τουρισμός (Sustainable tourism)

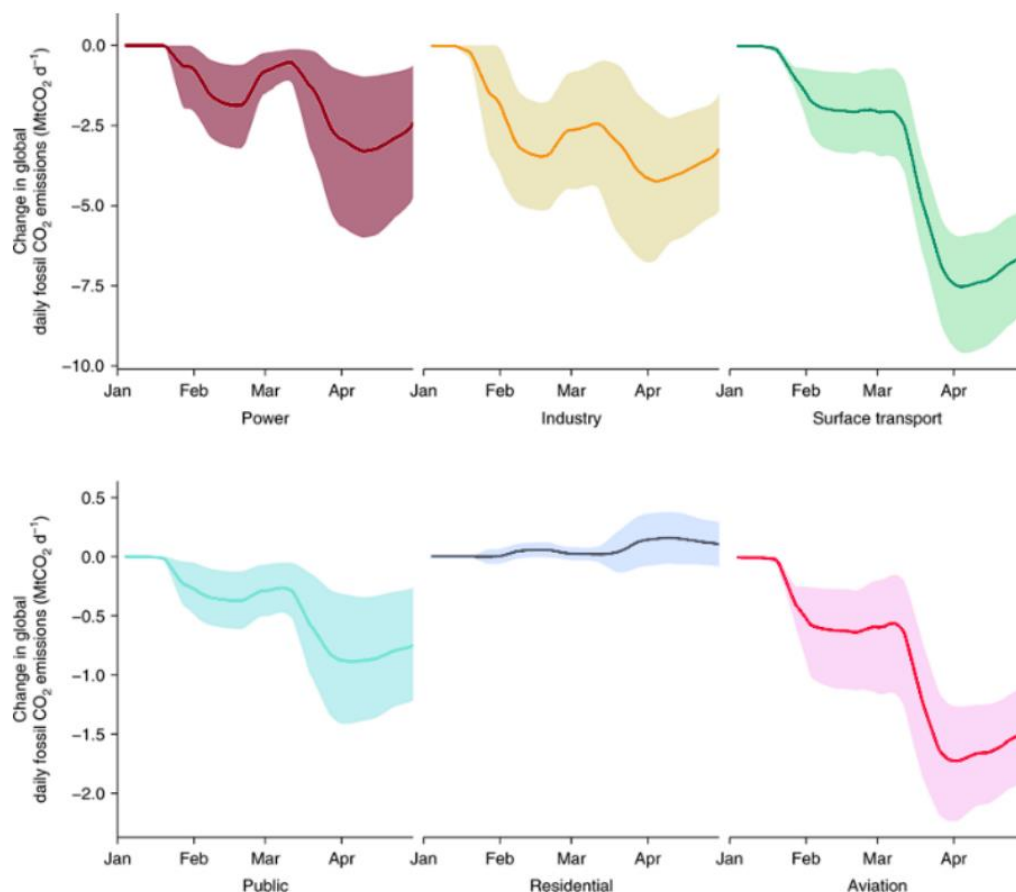
Περίπου 415.000 δωμάτια σε σύνολο 10.782 ελληνικών ξενοδοχείων συμβάλλουν στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου. Οι συνολικές εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα που εκπέμπονται από τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα ανέρχονται σε 3.849.556 τόνους ανά έτος, που αντιστοιχεί περίπου στο 3,6% του συνόλου των εκπομπών της χώρας (INSETE 2020). Πριν από την πανδημία, ένα μεγάλο μέρος των ξενοδόχων ήταν πρόθυμοι να επενδύσουν σε νέες τεχνολογίες για τον μετριασμό των εκπομπών άνθρακα και τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας. Έως και το 50% του συνόλου των ξενοδοχείων είχαν προγραμματίσει την εφαρμογή τακτικών που σχετίζονται με την ενέργεια και το νερό. Η επιλογή αυτή είχε δύο συνιστώσες, τη μείωση του λειτουργικού κόστους και τη βελτίωση του κοινωνικού προφίλ των ξενοδοχείων. Περισσότερες από 380 εγκαταστάσεις είναι πιστοποιημένες από το πρόγραμμα Green Key, 153 από την Travelife και δύο ξενοδοχεία χρησιμοποιούν το Σύστημα EMAS (Green Key 2020; Travelife 2020; και EMAS 2020).

Το 2020 ήταν ο λεγόμενος «μαύρος κύκνος» για τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Με την πανδημία να προκαλεί άμεση επίδραση στις παγκόσμιες εκπομπές, κυρίως από τη μείωση των αεροπορικών ταξιδιών, μπορεί λανθασμένα να υποθεθεί ότι οι εκπομπές έχουν μειωθεί και έχει σημειωθεί πρόοδος. Η παρακάτω εικόνα δείχνει τη μείωση των παγκόσμιων ημερήσιων εκπομπών CO<sub>2</sub>, ιδιαίτερα σε τομείς κινητικότητας που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως οι επίγειες μεταφορές ή οι αερομεταφορές. Ωστόσο, αυτές οι μειώσεις είναι προσωρινές και πολλοί ειδικοί υποδεικνύουν υπάρχει ένα επικείμενο αποτέλεσμα ανάκαμψης.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Adelphi, OEB, INSETE (2020). *Opportunities for a green restart of the hotel industry arising from the COVID-19 pandemic, Experiences from Cyprus, Germany, Greece and the European Union*. Hotels4Climate.





Διάγραμμα 7: Change in global daily CO<sub>2</sub> emissions by sector (MtCO<sub>2</sub> d<sup>-1</sup>)

Πηγή: Adelphi, OEB, INSETE (2020).

Λόγω της πανδημίας, η ξενοδοχειακή βιομηχανία αναγκάστηκε να θέσει την εφαρμογή των μέτρων μείωσης των αερίων του θερμοκηπίου σε αναμονή, καθώς η οικονομική βιωσιμότητα, η ασφάλεια και η υγεία έχουν καταστεί προτεραιότητα. Γενικά, η διαβούλευση με τα ενδιαφερόμενα μέρη έδειξε ότι η πλειοψηφία των ξενοδοχείων, που σχεδίαζαν να εφαρμόσουν μέτρα μείωσης των εκπομπών και ρύπων πριν από την πανδημία, δεν είναι πλέον σε θέση να προχωρήσουν σε αυτά τα σχέδια. Πολλοί ξενοδόχοι αναφέρουν ότι άμεσα μέτρα για την παραμονή τους στην επιχείρηση και η ενσωμάτωση νέων μέτρων υγείας και ασφάλειας θα έχει προτεραιότητα έναντι των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου για το προβλεπόμενο μέλλον.

Μία από τις κορυφαίες προτεραιότητες των διεθνών οργανισμών και κρατών παγκοσμίως αποτελεί η κλιματική αλλαγή, με τις συνέπειες του φαινομένου να αγγίζουν το περιβάλλον και την οικονομία. Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής αναμένεται να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην τουριστική βιομηχανία, καθώς υπάρχει άρρηκτη σύνδεση μεταξύ τουρισμού και φύσης. Η τουριστική δραστηριότητα επιβαρύνει σημαντικά το περιβάλλον με τις συγκεντρώσεις αερίων του θερμοκηπίου, αφού αντιπροσωπεύει περίπου το 50% των μετακινήσεων και είναι υπεύθυνη κατά προσέγγιση για το 8% των παγκόσμιων εκπομπών άνθρακα.

Προς την κατεύθυνση της αντιμετώπισης του φαινομένου, μπορούν να γίνουν θεσμικές κινήσεις από την πλευρά της προσφοράς αλλά και της ζήτησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Από την πλευρά της προσφοράς, μία τακτική που θα εξομάλυνε την πιθανή μείωση της τουριστικής ζήτησης κατά τους θερινούς μήνες και την υψηλή εξάρτηση της Ελλάδας από τον τουρισμό είναι η ανάπτυξη και εφαρμογή εναλλακτικών μορφών τουρισμού και νέων προορισμών, όπως ο χειμερινός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός.

Από την πλευρά της ζήτησης, φαίνεται ότι το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής θα επηρεάσει τις προτιμήσεις των τουριστών, ειδικότερα εκείνων που διαθέτουν υψηλή περιβαλλοντική συνείδηση. Αυτό μπορεί να σημαίνει την προτίμηση των εγχώριων προορισμών έναντι πιο μακρινών, την ενίσχυση του τουρισμού μικρής κλίμακας έναντι του μαζικού τουρισμού με άμεσες θετικές συνέπειες για νέους προορισμούς, για τη βιοποικιλότητα και τη φυσική ομορφιά αλλά και την ευημερία των τοπικών κοινωνιών.

Η πανδημία μας κληροδότησε με νέα πρότυπα συμπεριφοράς. Η δυνατότητα για εξ αποστάσεως εργασία και για λήψη αδειών για μεγάλα χρονικά διαστήματα ενίσχυσαν τη ζήτηση για εναλλακτικό τουρισμό. Οι ταξιδιώτες πλέον επιδιώκουν τον συνδυασμό της επίσκεψής τους σε έναν προορισμό με αυθεντικές εμπειρίες, την απόκτηση νέας γνώσης, την βαθύτερη σύνδεση με τους οικείους τους και με τη φύση. Προτεραιότητα για τις νεότερες ηλικίες αποτελεί η ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (work-life balance). Σημαντικό κριτήριο για την επιλογή προορισμού φαίνεται να είναι πλέον η πρόσβαση με συστήματα υγείας και η εφαρμογή ενισχυμένων πρωτοκόλλων υγιεινής. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, επίσης, αναδύθηκε η σημασία των ενισχυμένων μέτρων ασφαλείας και υγιεινής.<sup>35</sup>

## 3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΛΑΔΟΥ

### 3.2.1 Ρόλος και τύποι ξενοδοχείων

Τα ξενοδοχεία παίζουν αποφασιστικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη των χωρών. Αν και τα ξενοδοχεία δεν περιορίζονται μόνο στην εξυπηρέτηση των τουριστών, στην πλειοψηφία τους η οικονομική αποτελεσματικότητά τους εξαρτάται από την τουριστική κίνηση. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν προϋπόθεση για την ύπαρξη τουρισμού και για τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν απ' αυτόν σε εθνικό επίπεδο. Τα ξενοδοχεία όμως συμβάλλουν σημαντικά και στην ανάπτυξη άλλων κλάδων της εθνικής οικονομίας (Λαλούμης, 2014).

Τα ξενοδοχεία αποτελούν πελάτες σε πλήθος βιοτεχνικών, βιομηχανικών, γεωργικών και μεταφορικών επιχειρήσεων, από τις οποίες προμηθεύονται κάθε είδους αγαθά και υπηρεσία. Ως εκ τούτου, η συμβολή τους είναι σημαντική για την βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας και την αύξηση της γεωργικής παραγωγής. Καθοριστική είναι η επιρροή των ξενοδοχείων στη μείωση της ανεργίας καθώς μεγάλος αριθμός ατόμων απασχολείται σε αυτά, με το πλεονέκτημα της αποκεντρωτικότητας αλλά με το μειονέκτημα της εποχικότητας (Καρατάσιος, 1981). Οι υπηρεσίες που προσφέρει ένα ξενοδοχείο εξυπηρετούν, πέρα από την αναψυχή, πολλές ακόμα ανάγκες που συνδέονται με επαγγελματικούς, αθλητικούς, πολιτιστικούς λόγους ή λόγους υγείας.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι τα ξενοδοχεία αποτελούν κεντρικό πυλώνα του τουριστικού συστήματος καθώς και χώροι αλληλεπίδρασης διαφορετικών λαών,

---

<sup>35</sup> Business Daily (2022). *Ta megatrends που αλλάζουν τον τουρισμό και η πρόκληση για την Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.businessdaily.gr/oikonomia/63400-ta-megatrends-poy-allazoun-ton-toyrismo-kai-i-proklisi-gia-tin-ellada> (Προσπελάστηκε 9/10/2022).

διαδραματίζοντας τεράστιο ρόλο στην εισαγωγή συναλλάγματος και στην αύξηση των πόρων.

Το ξενοδοχειακό προϊόν είναι το προϊόν που πωλείται από ένα ξενοδοχείο, αποτελεί δηλαδή πηγή εσόδου για το ξενοδοχείο και πηγή ικανοποίησης για τον πελάτη. Η μακροπρόθεσμη επιτυχία της ξενοδοχειακής επιχείρησης στηρίζεται στην προσπάθεια ικανοποίησης αυτών των δύο πλευρών. Το ξενοδοχειακό προϊόν αποτελείται από επιμέρους προϊόντα και είναι μέρος του τουριστικού προϊόντος. Στοιχεία του ξενοδοχειακού προϊόντος είναι: η περιοχή του ξενοδοχείου, η εμφάνιση του ξενοδοχείου, η καθαριότητα, η άνεση και η θέα των δωματίων, η εξυπηρέτηση, το φαγητό και το ποτό, η μουσική, ο εξοπλισμός και οι εγκαταστάσεις, όπως και κάθε άλλη ευκολία που προσφέρεται και καλύπτει τις ανάγκες του πελάτη.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διαχωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες<sup>36</sup>:

#### *Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα*

1. Ξενοδοχεία: Τα ξενοδοχεία διαθέτουν δωμάτια ή σε διαμερίσματα ενός ή περισσότερων χώρων, χώρους υποδοχής και παραμονής των πελατών, αίθουσα τουλάχιστον πρωινού γεύματος και λοιπές εγκαταστάσεις εστίασης και αναψυχής των πελατών.
2. Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping): Πρόκειται για υπαίθρια καταλύματα, με ή χωρίς οικίσκους, με δυνατότητα διαμονής, εστίασης και αναψυχής τουριστών που διαθέτουν ίδια ή όχι κατασκηνωτικά και μεταφορικά μέσα.
3. Ξενώνες φιλοξενίας νέων: Τα οποία βρίσκονται εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και οικισμών.
4. Σύνθετα τουριστικά καταλύματα: Ανεγείρονται σε συνδυασμό με τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες της υποπερίπτωσης και με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής. Για την ίδρυση και λειτουργία τους εφαρμόζονται οι διατάξεις των άρθρων 8 και 9 του ν. 4002/2011 (Α' 180). Ως εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής νοούνται συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, τουριστικοί λιμένες, χιονοδρομικά κέντρα, θεματικά πάρκα, υδροθεραπευτήρια, καθώς εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού όπως οι μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ευεξίας και αισθητικής και κέντρα καταδυτικού τουρισμού.
5. Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας (condohotels): Είναι καταλύματα κατηγορίας 3 ή 4 ή 5 αστέρων εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και εντός ορίων οικισμών προ του 1923 ή κάτω των 2.000 κατοίκων, με τη μορφή δωματίων ή διαμερισμάτων όπου επιτρέπεται η σύσταση οριζοντίων και καθέτων ιδιοκτησιών και η σύσταση ή μεταβίβαση ενοχικών και εμπραγμάτων δικαιωμάτων σε τρίτους. Η μακροχρόνια μίσθωση διαρκεί για τουλάχιστον δέκα έτη.
6. Μικτά τουριστικά καταλύματα μικρής κλίμακας: Αποτελούν συνδυασμό των 1 και 2.

#### *Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα*

1. Αυτοεξυπηρετούμενες τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες): Ορίζονται οι μονοκατοικίες, με επιφάνεια τουλάχιστον 80 τ.μ., με αυτοτέλεια οικοπέδου και κτίσματος.
2. Αυτοεξυπηρετούμενες τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες: Ορίζονται οι μεμονωμένες ή σε συγκρότημα μονοκατοικίες, με επιφάνεια τουλάχιστον 40 τ.μ., με αυτοτέλεια λειτουργίας.

<sup>36</sup> Ν. 4276/2014 παρ.2, Άρθρο 1. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kodiko.gr/nomothesia/diataksi/82372>, (Προσπελάστηκε 4/10/2022).

3. Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια: Διαθέτουν δωμάτια ή διαμερίσματα ενός ή περισσότερων χώρων με λουτρό.

Επιπρόσθετα, τα ξενοδοχεία κατατάσσονται με το σύστημα αστερών σε πέντε κατηγορίες, όπου 5 αστερών είναι η υψηλότερη κατηγορία.

Ανάλογα με το είδος της πελατείας τους, τα ξενοδοχεία διακρίνονται σε:

- διερχομένων πελατών
- μαζικού τουρισμού.

Ανάλογα με τον χρόνο λειτουργίας τους, τα ξενοδοχεία διακρίνονται σε:

- συνεχούς λειτουργίας
- εποχιακής λειτουργίας

Ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασής τους, τα ξενοδοχεία διακρίνονται σε:

- αστικά ξενοδοχεία (πόλης)
- παραθεριστικά ξενοδοχεία

### 3.2.2 Βασικά Χαρακτηριστικά Ξενοδοχειακού Δυναμικού Ελλάδας 2021

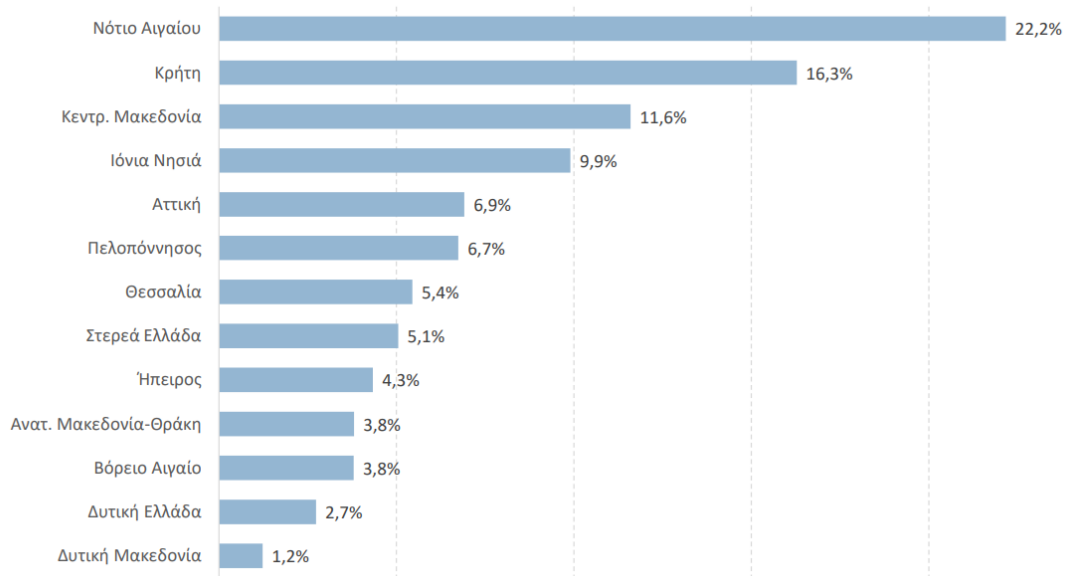
Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας για το 2021 αποτελείται από 10.098 μονάδες και 879.255 κλίνες. Η περιφερειακή κατανομή του δυναμικού υποδηλώνει ότι το 52% των ξενοδοχείων είναι συγκεντρωμένο στη νησιωτική χώρα (ΙΤΕΠ, 2022).<sup>37</sup>

2021	5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Μονάδες	700	1,767	2,838	3,519	1,274	10,098
Δωμάτια	97,342	124,955	102,357	92,524	24,358	441,536
Κλίνες	203,959	250,566	200,386	175,515	48,829	879,255

Πίνακας 11: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2021

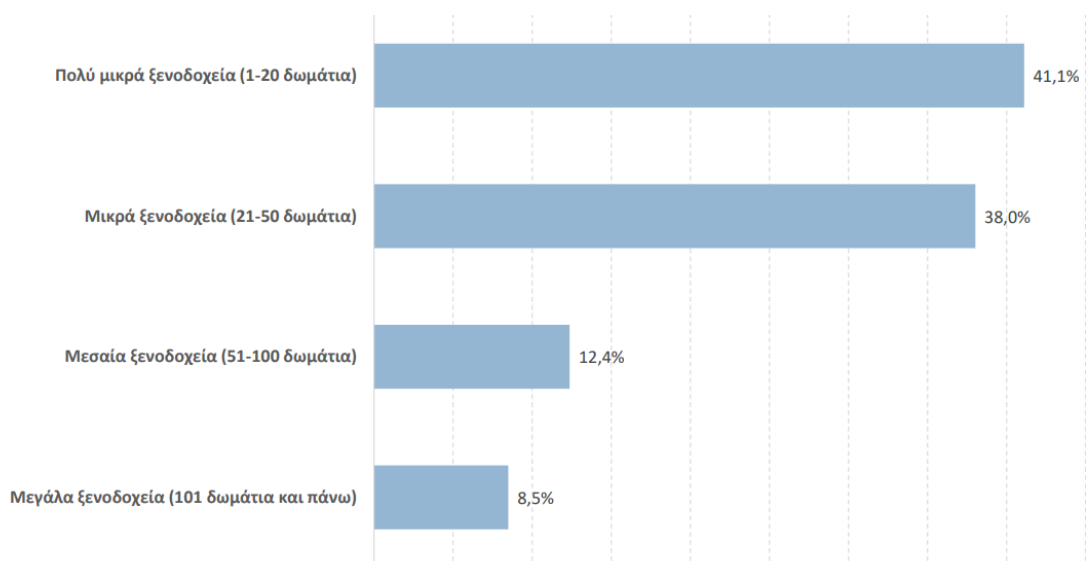
Πηγή: ΙΤΕΠ (2022:4)

<sup>37</sup> ΙΤΕΠ (2022). *Η σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον ξενοδοχειακό κλάδο*, 4-6. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [ΟΚ Σημασία περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στα ξενοδοχεία 2021 ΙΤΕΠ.pdf](#), (Προσπελάστηκε 4/10/2022).



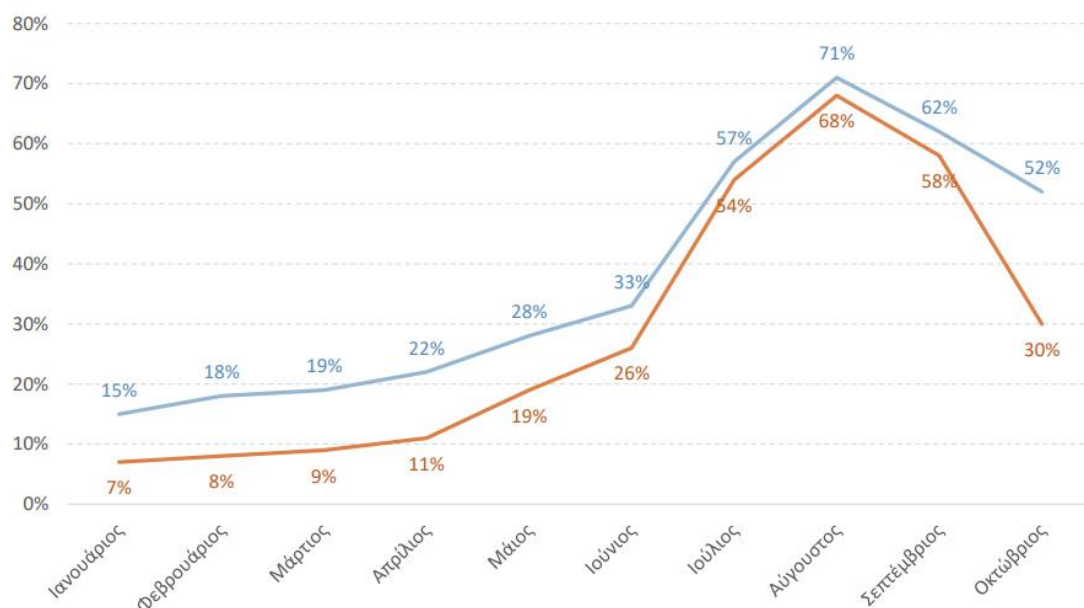
Διάγραμμα 8: Περιφερειακή κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας 2021  
Πηγή: ΙΤΕΠ (2022:5)

Το μεγαλύτερο μέρος των ξενοδοχείων ανήκει στην κατηγορία των πολύ μικρών ξενοδοχείων, ενώ το 79% αυτών έχει μέγεθος μέχρι 50 δωμάτια.



Διάγραμμα 9: Κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού με βάση το μέγεθος 2021  
Πηγή: ΙΤΕΠ (2022:6)

Το 2021 λειτούργησε το 96% των ξενοδοχείων, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2020 ήταν 60%. Στο παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε τη μέση μηνιαία πληρότητα των ξενοδοχείων για το 2021. Η μπλε γραμμή δηλώνει την πληρότητα των ανοιχτών ξενοδοχείων, δηλαδή αυτών που λειτούργησαν κάθε μήνα. Η κόκκινη γραμμή απεικονίζει την αναγωγή αυτού του ποσοστού στο σύνολο του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας, δηλαδή την ξενοδοχειακή πληρότητα του προορισμού. Συμπερασματικά, η μέση πληρότητα των ξενοδοχείων για το 2021 άγγιξε το 68% (ΙΤΕΠ, 2021: 3-5).



Διάγραμμα 10: Πληρότητα Ξενοδοχείων ανά Μήνα, 2021  
Πηγή: ΙΤΕΠ (2021:5)

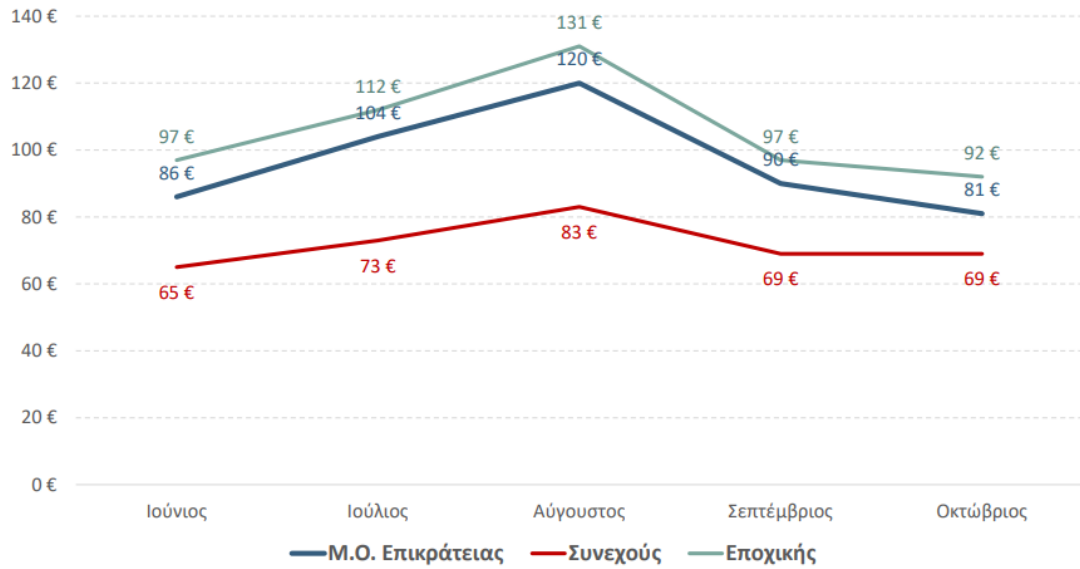
Αναφορικά με τον τζίρο των επιχειρήσεων αυτών, αν και η επίδοση είναι εξαιρετική το 2021 σε σχέση με το 2020, παραμένει ακόμη χαμηλότερη κατά σχεδόν 35% συγκριτικά με το 2019.

Κατηγορία	2021	2020	2019	Δ% 2021/2019
5*	2,818,859,461	719,325,978	3,078,526,796	-8.43%
4*	1,518,041,332	637,844,486	2,800,143,924	-45.79%
3*	696,926,812	240,625,973	1,376,721,079	-49.38%
2*	377,727,285	176,388,840	1,024,975,981	-63.15%
1*	69,591,892	57,168,669	136,952,568	-49.19%
<b>Σύνολο</b>	<b>5,481,146,782</b>	<b>1,831,353,946</b>	<b>8,417,320,348</b>	<b>-34.88%</b>

Πίνακας 12: Τζίρος των ξενοδοχείων ανά Κατηγορία, 2019-2021  
Πηγή: ΙΤΕΠ (2021:9)

Το πεντάμηνο Ιανουαρίου-Μαΐου του 2021 η μέση τιμή των ξενοδοχείων διαμορφώθηκε στα 58€. Το πεντάμηνο που ακολούθησε, Ιούνιος-Οκτώβριος 2021, οι τιμές στα ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας κυμάνθησαν σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με τα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας. Η μέση τιμή του δίκλινου δωματίου για το 2021 διαμορφώθηκε στα 68 ευρώ (ΙΤΕΠ, 2021:7).<sup>38</sup>

<sup>38</sup> ΙΤΕΠ (2021). *Οι επιδόσεις των ελληνικών ξενοδοχείων το 2021*, 3-9. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 3-9. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [ΟΚ Επιδοσεις ελληνικων ξενοδοχειων 2021 ΙΤΕΠ.pdf](#), (Προσπελάστηκε 4/10/2022).



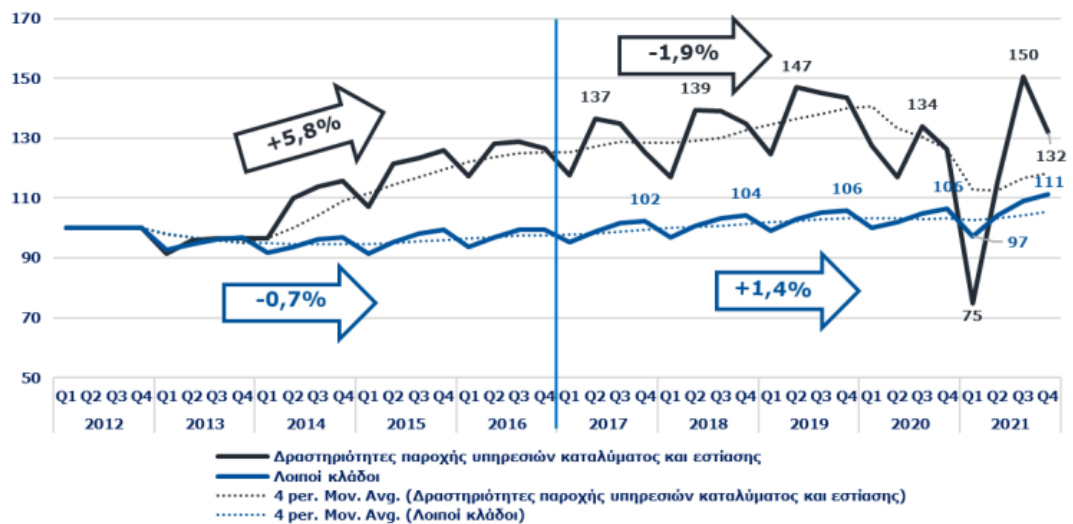
Διάγραμμα 11: Εξέλιξη Μέσης Τιμής στα Ξενοδοχεία το 2021  
 Πηγή: ΙΤΕΠ (2021:7)

### 3.2.3 Βασικά χαρακτηριστικά της Απασχόλησης στον Ξενοδοχειακό κλάδο για το 2021

Παρότι ο εισερχόμενος τουρισμός υπολείπεται ακόμα των προ-πανδημίας επιπέδων, η απασχόληση στον κλάδο των καταλυμάτων και της εστίασης παρουσίασε πιο ήπια μείωση (-15,0%, από 381,9 χιλ. το 2019 σε 324,5 χιλ. το 2021). Αυτό οφείλεται στο πακέτο μέτρων που υιοθέτησε η Κυβέρνηση κατά τη διάρκεια της πανδημίας με σκοπό την στήριξη των εργαζομένων και των επιχειρήσεων (INETE, 2022: 5).

Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης της απασχόλησης στα Καταλύματα και την Εστίαση την περίοδο 2012-2021 είναι 2,0%, με την τάση αυτή να ανακόπτεται το 2020 και έπειτα λόγω της πανδημίας (-15,0% η απασχόληση το 2021 σε σύγκριση με το 2019) (INETE, 2022: 6).<sup>39</sup>

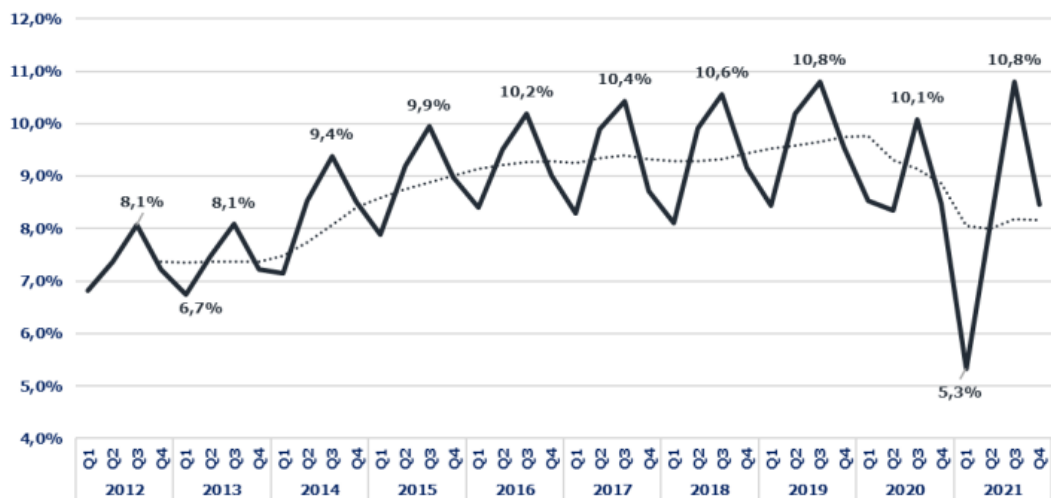
<sup>39</sup> Ίκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). *Η απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση και τους Λοιπούς Κλάδους της ελληνικής οικονομίας, 2012-2021*, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 5-23.



Διάγραμμα 12: Εξέλιξη απασχόλησης ανά τρίμηνο, 2012-2021

Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:8)

Η αύξηση της απασχόλησης στα Καταλύματα και την Εστίαση μεταξύ 2012 έως 2021 ήταν 19,2%, ενώ η αντίστοιχη αύξηση στους Λοιπούς Κλάδους έφτασε το 5,3%.

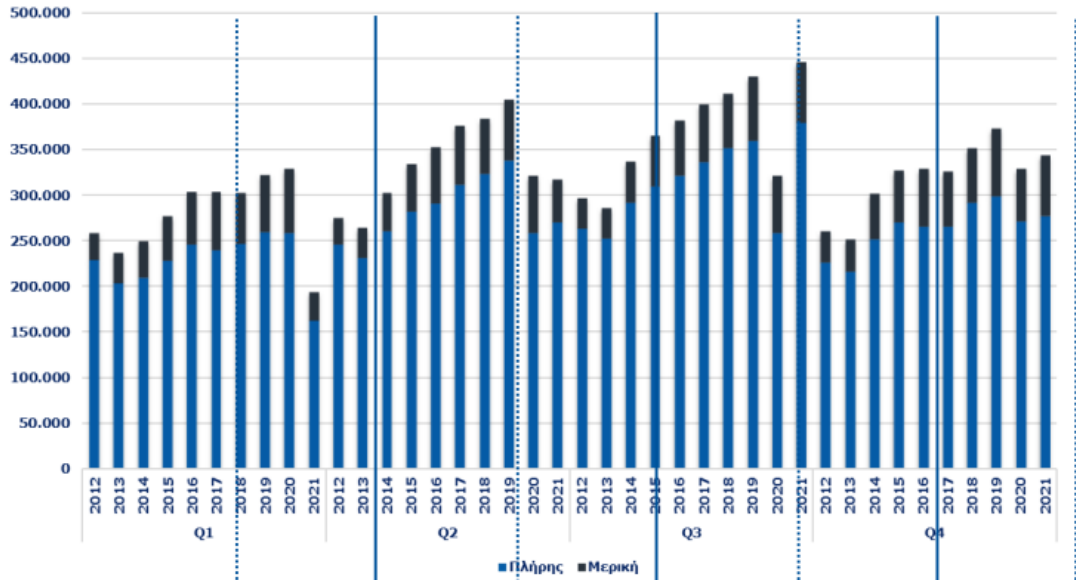


Διάγραμμα 13: Απασχόληση στις Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών Καταλύματος και Εστίασης επί του συνόλου ανά τρίμηνο, 2012-2021

Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:10)

Το ποσοστό της απασχόλησης στα Καταλύματα και την Εστίαση επί του συνόλου της απασχόλησης σημειώνει συνεχή αύξηση από το 2011 έως το 2019 ενώ τα έτη 2020 και 2021 σημειώνει μείωση, με εξαίρεση το Q3 του 2021. Επίσης, η απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, σε αντιστοιχία με την τουριστική δραστηριότητα (77,2% των αφίξεων και 81,4% των εσόδων για το 2021 καταγράφεται στα Q2 και Q3).

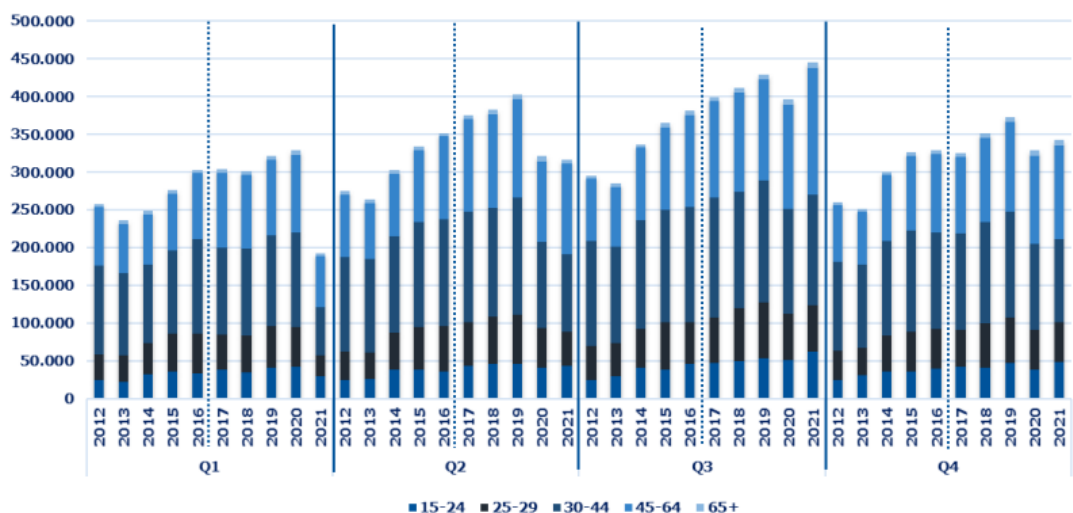




Διάγραμμα 14: Εξέλιξη της πλήρους και μερικής απασχόλησης ανά τρίμηνο, 2012-2021  
 Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:13)

Από το παραπάνω γράφημα, γίνεται σαφές πως παρότι υπάρχει σημαντικό μέρος που απασχολείται μερικώς στα Καταλύματα και την Εστίαση, αυτό δεν γίνεται σε βάρος της πλήρους απασχόλησης, αλλά αντίθετα προστίθεται σε αυτήν. Το αποτέλεσμα αυτού είναι ένα σημαντικό όφελος για χιλιάδες εργαζόμενους που βρίσκουν διέξοδο στη μερική απασχόληση αλλά και μία ενίσχυση των επιχειρήσεων που θέλουν να υιοθετήσουν μία συντηρητική πολιτική. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, η μερική απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση στην Ελλάδα για το 2021 υπολογίζεται στο 16,2% της συνολικής απασχόλησης στον κλάδο, έναντι 29,8% στην ΕΕ-27.

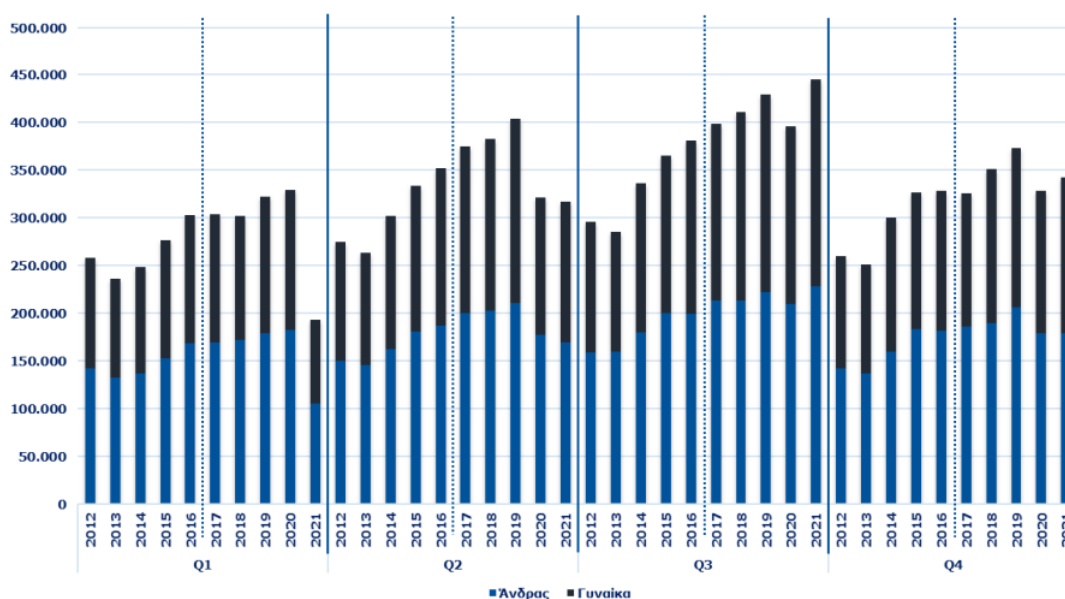
Ο κλάδος των Καταλυμάτων και της Εστίασης δίνει ακόμη διέξοδο εργασίας σε ηλικιακές ομάδες του πληθυσμού που έχουν δυσκολότερη πρόσβαση στην αγορά εργασίας.



Διάγραμμα 15: Εξέλιξη της ηλικιακής διάρθρωσης ανά τρίμηνο, 2012-2021  
 Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:17)

Οι κυρίαρχες ηλικιακές ομάδες των απασχολούμενων στα Καταλύματα και την Εστίαση είναι οι 45-64 ετών (37,5% στο Q3 του 2021) και 30-44 ετών (33,1% στο Q3 του 2021).

Το ποσοστό των απασχολούμενων γυναικών στον κλάδο των καταλυμάτων και της εστίασης είναι μεγαλύτερο σε σύγκριση με αυτό στους Λοιπούς κλάδους, αν και το επικρατέστερο φύλο και σε αυτόν τον κλάδο είναι το ανδρικό.



Διάγραμμα 16: Εξέλιξη του φύλου των απασχολούμενων ανά τρίμηνο, 2012-2021

Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:20)

Για το 2021, ο κλάδος Δραστηριότητες Παροχής Υπηρεσιών Καταλύματος και Εστίασης αντιπροσωπεύει το 8,3% (324,5 χιλ.) της συνολικής απασχόλησης ανά περιφέρεια, ενώ επιμέρους οι Δραστηριότητες Παροχής Υπηρεσιών Εστίασης αντιπροσωπεύουν το 73,7% (239,0 χιλ.) του κλάδου και τα Καταλύματα το 26,3% (85,4 χιλ.).<sup>40</sup>

	Καταλύματα	Εστίαση	Καταλύματα & Εστίαση	Λοιποί Κλάδοι	Σύνολο Απασχολούμενων
Αττική	16,490	90,130	106,620	1,399,602	1,506,222
Κεντρική Μακεδονία	10,232	34,175	44,407	598,619	643,026
Θεσσαλία	2,633	17,774	20,407	237,245	257,652
Δυτική Ελλάδα	1,943	17,769	19,712	210,956	230,668
Κρήτη	13,473	13,346	26,819	203,830	230,649
Πελοπόννησος	5,236	9,126	14,362	197,639	212,001
Αν.Μακεδονία & Θράκη	1,839	10,059	11,898	188,408	200,306
Στερεά Ελλάδα	878	12,003	12,881	179,331	192,212
Νότιο Αιγαίο	18,969	7,833	26,802	90,631	117,433
Ήπειρος	2,022	6,981	9,003	94,872	103,875
Δυτική Μακεδονία	611	5,123	5,734	83,930	89,664
Ιόνια Νησιά	9,387	9,790	19,177	53,172	72,349
Βόρειο Αιγαίο	1,723	4,920	6,643	65,277	71,920
<b>Σύνολο</b>	<b>85,436</b>	<b>239,029</b>	<b>324,465</b>	<b>3,603,512</b>	<b>3,927,977</b>

Πίνακας 13: Κατανομή απασχολούμενων ανά Περιφέρεια και ανά κλάδο δραστηριότητας, 2021

Πηγή: Έρευνα εργατικού δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ (2022:23)

Παρότι υπάρχουν αρκετές ευκαιρίες απασχόλησης στον κλάδο του τουρισμού, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία σταδιακή απομάκρυνση των εργαζομένων και δυσκολία εύρεσης προσωπικού από την πλευρά των επιχειρήσεων. Συνολικά, σε εθνικό επίπεδο, εκτιμάται ότι

<sup>40</sup> Ίκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). Η απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση και τους Λοιπούς Κλάδους της ελληνικής οικονομίας, 2012-2021, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 5-23.

στο σύνολο των 244.124 προβλεπόμενων θέσεων εργασίας για τη θερινή σεζόν του 2021, υπήρξαν 53.249 ελλείψεις θέσεων, δηλαδή ένα ποσοστό του 22% ή αλλιώς περισσότερες από 1 στις 5 θέσεις δεν καλύφθηκε. Το ποσοστό έλλειψης είναι παρεμφερές σε όλα τα τμήματα. Από το σύνολο των 10.050 ξενοδοχείων της Ελλάδας, το 38% (3.780 ξενοδοχεία) παρουσιάζει έλλειψη προσωπικού σε τουλάχιστον μια θέση Καμαριέρας, το 30% (3.027) σε θέση Receptionist, το 27% (2.751) σε θέση σερβιτόρου και το 18% σε θέση Βοηθού Σερβιτόρου (1.811) και Barista (1.800) (ΙΝΣΕΤΕ, 2022:18).<sup>41</sup>

Τμήμα	Θέσεις εργασίας βάσει οργανογράμματος		Θέσεις εργασίας που καλύφθηκαν		Ελλείψεις προσωπικού	
	Αριθμός	Ποσοστό	Αριθμός	Ποσοστό	Αριθμός	Ποσοστό
Housekeeping	61,030	25%	48,048	25%	12,982	24%
F&B	57,062	23%	43,416	23%	13,647	26%
Front Office	40,077	16%	31,267	16%	8,809	17%
Κουζίνα	40,250	16%	31,502	17%	8,748	16%
Υποστηρικτικές Υπηρεσίες	21,102	9%	16,277	9%	4,826	9%
Οικονομικές Υπηρεσίες, Sales & Marketing και Υπηρεσίες Πληροφορικής	16,863	7%	13,101	7%	3,762	7%
Διευθυντής	7,739	3%	7,264	4%	476	1%
<b>Σύνολο</b>	<b>244,123</b>	<b>100%</b>	<b>190,875</b>	<b>100%</b>	<b>53,250</b>	<b>100%</b>

Πίνακας 14: Ανάλυση θέσεων εργασίας ανά τμήμα, επί του συνόλου  
ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ (2022), Αναφορά και επεξεργασία από ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022:18)

Στον παρακάτω πίνακα, αναλύονται οι ελλείψεις ανά περιφέρεια. Από το σύνολο των θέσεων εργασίας που προβλέπονται βάσει οργανογράμματος, το 26% αντιστοιχεί στην περιοχή του Νοτίου Αιγαίου και ακολουθεί η Κρήτη με 21%, η Μακεδονία και Θράκη με 15% και τα Ιόνια Νησιά με 11%. Αντίστοιχη είναι η εικόνα για τις θέσεις που καλύφθηκαν και τις ελλείψεις. Σχετικά με το ποσοστό των ελλείψεων σε σύγκριση με τις θέσεις που προβλέπονταν, αυτό είναι υψηλότερο στις περιοχές της Κεντρικής Ελλάδας (32%), του Βόρειου Αιγαίου (27%) και των Ιόνιων Νησιών (25%) (ΙΝΣΕΤΕ, 2022:21).

Όλες οι ειδικότητες	Ατ.	Κ.Ελ.	Η-Θ	Μ-Θ	Π	Β.Α.	Κ	Ν.Α.	Ι	Σύνολο
Θέσεις εργασίας βάσει οργανογράμματος	13,336	10,553	13,861	36,990	21,011	7,123	50,288	63,058	27,903	244,123
% επί του συνόλου	5%	4%	6%	15%	9%	3%	21%	26%	11%	100%
Θέσεις εργασίας που καλύφθηκαν	11,383	7,141	10,731	28,695	17,125	5,213	40,105	49,685	20,797	190,875
% επί του συνόλου	6%	4%	6%	15%	9%	3%	21%	26%	11%	100%
Ελλείψεις προσωπικού	1,953	3,412	3,131	8,295	3,886	1,910	10,183	13,373	7,106	53,249
% επί του συνόλου	4%	6%	6%	16%	7%	4%	19%	25%	13%	100%
% Ελλείψεων επί συνόλου θέσεων	15%	32%	23%	22%	18%	27%	20%	21%	25%	22%

Πίνακας 15: Θέσεις εργασίας – ανάλυση ανά γεωγραφική περιοχή ξενοδοχείου  
ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ (2022), Αναφορά και επεξεργασία από ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022:21)

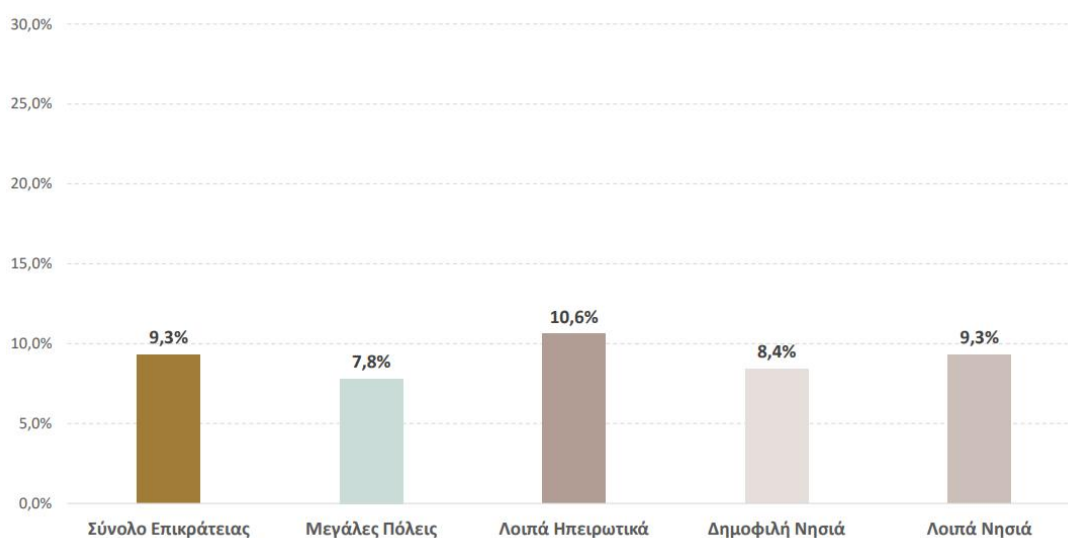
### 3.2.4 Βιωσιμότητα και αιεφορία του ξενοδοχειακού κλάδου

Το ποσοστό των ξενοδόχων που αναγνωρίζουν τη σημασία των πρακτικών βιωσιμότητας και της υιοθέτησης αυτών στην επιχειρησή τους κυμαίνεται από 67% έως 89%. Κατά μέσο όρο, περισσότεροι από τους μισούς ξενοδόχους παραδέχονται ότι δεν διαθέτουν την απαραίτητη

<sup>41</sup> Ίκκος Α., Ρασούλη Γ. (2022). Απασχόληση και ελλείψεις εργατικού δυναμικού στα ελληνικά ξενοδοχεία στην αιχμή της θερινής σεζόν 2021, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 7-21.

γνώση στα θέματα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, με μόνη εξαίρεση τις αλυσίδες ξενοδοχείων και τα πιστοποιημένα ξενοδοχεία. Το ποσοστό αυτό παραμένει υψηλότερο στα Δημοφιλή Νησιά (51,2%). Παρόλα αυτά, καταγράφεται υψηλό ποσοστό ξενοδόχων, οι οποίοι είναι πρόθυμοι να ενημερωθούν πάνω σε θέματα βιώσιμων πρακτικών και εφαρμογής στα ξενοδοχεία τους. Το ποσοστό των ξενοδοχείων που παρακολουθεί ενεργά τις εκπομπές άνθρακα κυμαίνεται από 8% έως 31%, και κατά κύριο λόγο αποτελούν μέλος αλυσίδας ξενοδοχείων. Το ποσοστό των ξενοδοχείων που στοχεύουν στη μείωση των εκπομπών άνθρακα είναι αντιστρόφως ανάλογο με το μέγεθός τους. Ωστόσο, αντίθετη τάση καταγράφεται για τους στόχους μείωσης (ΙΤΕΠ, 2022:8).<sup>42</sup>

Στο σύνολο τους, οι ετήσιες επενδύσεις σε πρακτικές για την προστασία του περιβάλλοντος κυμαίνονται από 8% έως 11% του τζίρου των ξενοδοχείων.



Διάγραμμα 17: Οι συνολικές ετήσιες επενδύσεις σε πρακτικές για περιβαλλοντική προστασία ως % του ετήσιου τζίρου

Πηγή: ΙΤΕΠ (2022:19)

### 3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

#### 3.3.1 Η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και τα Δωδεκάνησα

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου βρίσκεται στο Νοτιοανατολικό άκρο της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης και διοικητικά περιλαμβάνει τα νησιωτικά συμπλέγματα των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων. Η συνολική της έκταση είναι 5.286 km<sup>2</sup>, ο πληθυσμός της σύμφωνα με την απογραφή του 2021 είναι 324.542 κάτοικοι και η έδρα της είναι η Ερμούπολη της Σύρου. Αποτελείται από 79 νησιά, από τα οποία τα 48 είναι κατοικήσιμα, και τα 178 βραχονησίδες και έχει συνολική επιφάνεια ακτών 5.055 km<sup>2</sup>. Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου χωρίζεται σε 13 επιμέρους Περιφερειακές Ενότητες.

Το νησιωτικό σύμπλεγμα των Δωδεκανήσων, με πρωτεύουσα τη Ρόδο, βρίσκεται στο νοτιοανατολικό τμήμα του Αιγαίου πελάγους ανάμεσα στη Σάμο, την Κρήτη και τα Μικρασιατικά παράλια, και αποτελεί το πιο απομακρυσμένο σύνορο της ΝΑ Ευρώπης. Τα

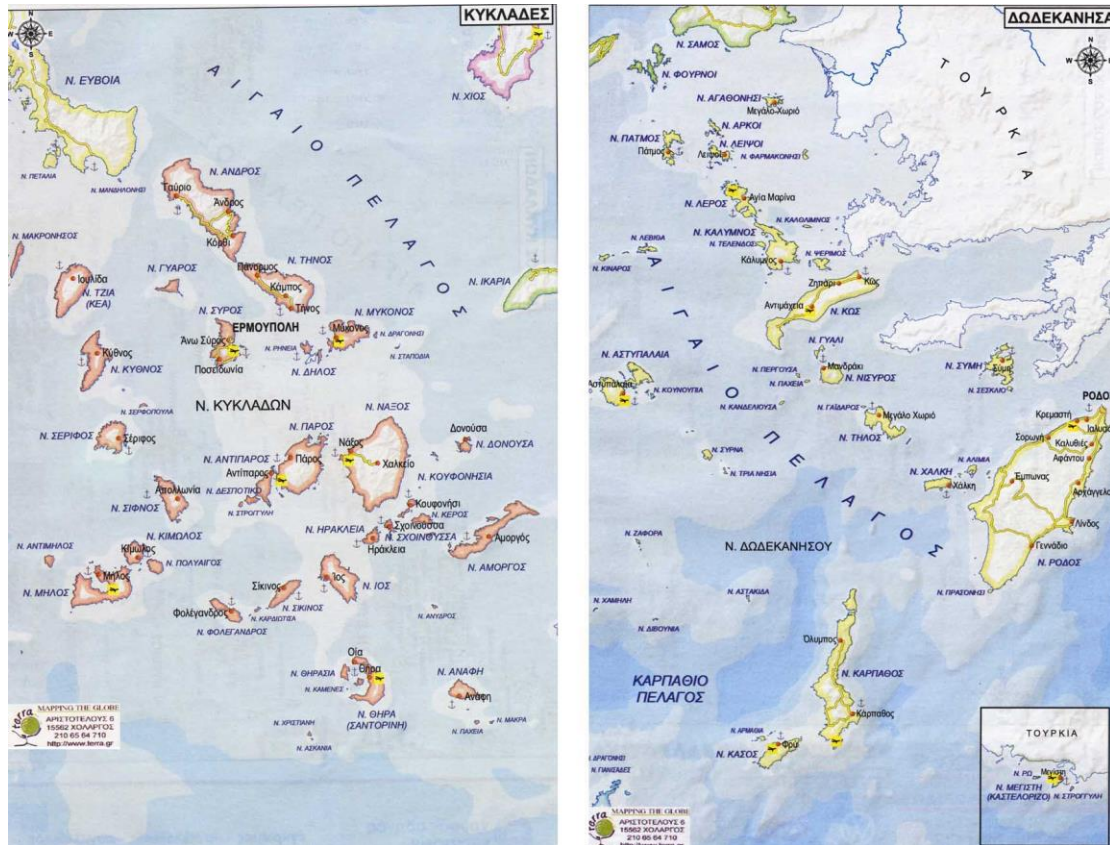
<sup>42</sup> ΙΤΕΠ (2022). *Η σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον ξενοδοχειακό κλάδο*, 8-19. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [ΟΚ Σημασία περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στα ξενοδοχεία 2021 ΙΤΕΠ.pdf](#), (Προσπελάστηκε 4/10/2022).

Δωδεκάνησα περιλαμβάνουν 27 κατοικημένα νησιά μεταξύ των οποίων: Πάτμο, Λέρο, Αστυπάλαια, Κω, Κάλυμνο, Χάλκη, Νίσυρο, Σύμη, Τήλο, Κάρπαθο, Ρόδο, Κάσο, Αγαθονήσι, Λειψοί, Καστελόριζο καθώς και πλήθος μικρότερων νησιών. Η έκταση των Δωδεκανήσων είναι 2.714 km<sup>2</sup>. Μορφολογικά η περιοχή είναι κυρίως άγονη και πετρώδης, με σημαντικό ορυκτό πλούτο εξαιτίας των ηφαιστειογενών χαρακτηριστικών (Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, 2012).<sup>43</sup>



Εικόνα 8: Χάρτης Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου  
Πηγή: Enandro.gr

<sup>43</sup> Αλλαγές και στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου: τι ενδιαφέρει την Άνδρο (2017). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [Αλλαγές και στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου: τι ενδιαφέρει την Άνδρο.\(enandro.gr\)](http://enandro.gr) (Προσπελάστηκε 7/10/2022).



Εικόνα 9: Χάρτης Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, Κυκλάδες και Δωδεκάνησα.

Πηγή: Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση

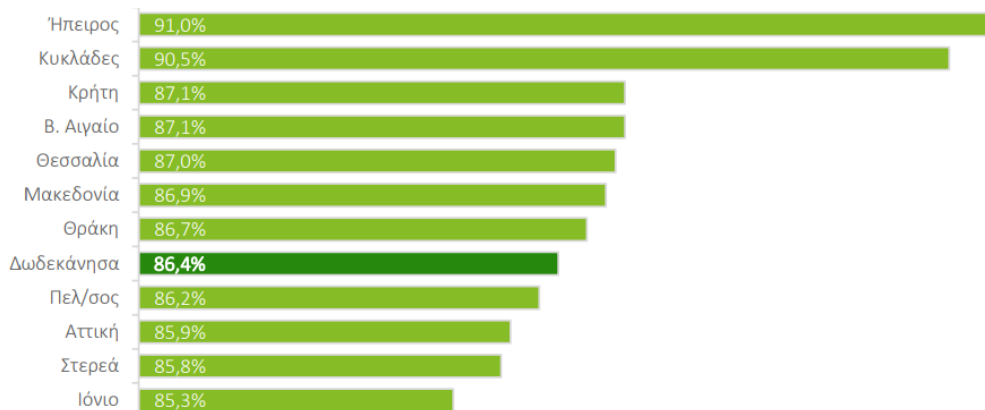
[http://users.sch.gr/ntinos\\_psilop/index.php?option=com\\_content&view=article&id=370:xartes-notiou-aigaiou-perifereias&catid=132:xartes-notiou-aigaiou&Itemid=382](http://users.sch.gr/ntinos_psilop/index.php?option=com_content&view=article&id=370:xartes-notiou-aigaiou-perifereias&catid=132:xartes-notiou-aigaiou&Itemid=382) (Προσπελάστηκε 7/10/2022)

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου χαρακτηρίζεται από πλήθος νησιών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σε μία θαλάσσια ζώνη που ξεκινά από τις ακτές της Αττικής και φτάνει έως τα παράλια της Τουρκίας.

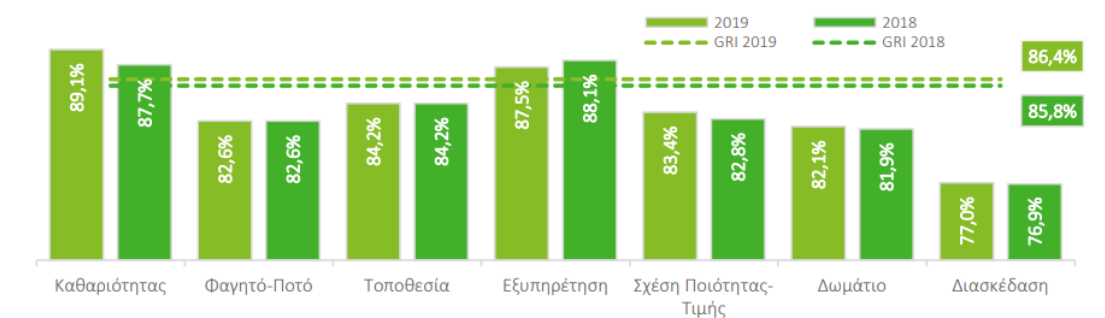
Το οδικό δίκτυο αποτελείται κυρίως από επαρχιακούς και αγροτικούς δρόμους. Ο βαθμός ανάπτυξης των οδικών μεταφορών εξετάζεται σε επίπεδο νησιού, σύμφωνα με το μέγεθος του νησιού, τη γεωμορφολογία και την οικιστική δομή. Πολύ σημαντική κρίνεται η σύνδεση των οικισμών με τα σημεία εισόδου και εξόδου όπως λιμάνια και αεροδρόμια. Συνολικά, στην Περιφέρεια λειτουργούν πενήντα (50) επιβατικά και εμπορικά λιμάνια, από τα οποία τα τριάντα τέσσερα (34) είναι κύρια λιμάνια που παρέχουν σύνδεση με την περιφέρεια και την ηπειρωτική Ελλάδα. Το 20% της συνολικής επιβατικής κίνησης της χώρας το 2019 συγκεντρωνόταν στα 34 κύρια λιμάνια της Περιφέρειας, ενώ τα λιμάνια σε Πάρο, Νάξο, Μύκονο και Σαντορίνη συγκέντρωσαν το 10% της κίνησης. Η Περιφέρεια διαθέτει δεκατέσσερα αεροδρόμια, από τα οποία τα τρία είναι δημοτικά (Κάσου, Λέρου και Καστελόριζου) και τα υπόλοιπα έντεκα κρατικά. Τα οχτώ από αυτά βρίσκονται στα Δωδεκάνησα και τα έξι στις Κυκλάδες. Συγκεκριμένα, τα οχτώ αεροδρόμια των Δωδεκανήσων είναι: το Αεροδρόμιο Ρόδου «Διαγόρας», το Αεροδρόμιο Κω «Ιπποκράτης», ο Διεθνής Αερολιμένας Καρπάθου, ο Κρατικός Αερολιμένας Κάσου, ο Κρατικός Αερολιμένας Αστυπάλαιας «Παναγίας», ο Κρατικός Αερολιμένας Καλύμνου, το Δημοτικό Αεροδρόμιο Καστελόριζου και ο Δημοτικός Αερολιμένας Λέρου. Τα αεροδρόμια Ρόδου

«Διαγόρας» και Κω «Ιπποκράτης» έχουν πρόσφατα αναβαθμίσει τις υποδομές τους, κάτω από τη διαχείριση της Fraport Greece.<sup>44</sup>

Το 2019 ο γενικός δείκτης ικανοποίησης (GRI) για τα ξενοδοχεία των Δωδεκανήσων ανήλθε στο 86,4%, κατατάσσοντάς τα στην όγδοη θέση μεταξύ των δώδεκα γεωγραφικών περιοχών που εξετάστηκαν, κάτω από την εθνική επίδοση του 87,1%.



Διάγραμμα 18: Γενικός δείκτης ικανοποίησης για ξενοδοχεία ανά Γεωγραφικό Διαμέρισμα, 2019  
Πηγή: Review Pro, Αναφορά και Επεξεργασία INSETE Intelligence (2021:33)



Διάγραμμα 19: Δείκτες Ποιότητας Ξενοδοχείων Δωδεκανήσων, 2019 & 2018  
Πηγή: Review Pro, Αναφορά και Επεξεργασία INSETE Intelligence (2021:33)

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα κυριότερα μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού για την περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου για το 2021, καθώς και η σύγκριση με το 2019, την τελευταία χρονιά προ της πανδημίας. Οι επισκέψεις, οι εισπράξεις και οι διανυκτερεύσεις παραμένουν αρκετά χαμηλότερα από το 2019, σε ποσοστά -47%, -40% και -44% αντίστοιχα. Παρόλα αυτά, έχουν αυξηθεί μεγέθη όπως η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη (από 750.7 ευρώ το 2019 σε 861.3 ευρώ το 2021), η δαπάνη ανά διανυκτέρευση (από 97.3 ευρώ το 2019 σε 104.3 ευρώ το 2021) και η μέση διάρκεια παραμονής (από 7.7 μέρες το 2019 σε 8.3 ημέρες το 2021).

<sup>44</sup> Deloitte, Remaco (2021). Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. INSETE Intelligence, 8-33.

Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις 2021(σε χιλ.)	Επισκέψεις 2019(σε χιλ.)	Εισπράξεις 2021(σε εκ. €)	Εισπράξεις 2019(σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις 2021(σε χιλ.)	Διανυκτερεύσεις 2019(σε χιλ.)
Γερμανία	870.1	1,176.3	749.8	994.0	7,415.2	10,295.0
Ην. Βασίλειο	414.4	861.6	406.0	667.0	3,415.6	7,015.2
Γαλλία	399.1	426.5	351.0	332.3	3,298.3	3,369.8
ΗΠΑ	199.6	504.0	259.3	383.5	1,834.2	3,960.3
Ιταλία	233.5	627.5	172.1	501.7	1,895.1	3,954.9
Ολλανδία	169.7	220.5	131.0	140.9	1,468.1	1,795.0
Πολωνία	192.0	211.5	135.2	128.5	1,411.2	1,568.3
Ρωσία	34.0	174.8	29.9	134.4	324.1	1,600.1
Λοιπές	1,111.7	2,690.7	886.8	1,892.4	8,851.9	19,610.0
<b>Σύνολο</b>	<b>3,623.9</b>	<b>6,893.4</b>	<b>3,121.3</b>	<b>5,174.8</b>	<b>29,913.7</b>	<b>53,168.7</b>
% επί του συνόλου	<b>22.1%</b>	<b>18.8%</b>	<b>30.2%</b>	<b>29.3%</b>	<b>22.8%</b>	<b>22.9%</b>
%Δ 2021-2019	<b>-47%</b>		<b>-40%</b>		<b>-44%</b>	

Πίνακας 16: Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, 2021-2019  
Πηγή: Έρευνα Συνόρων ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

Το ίδιο μαρτυρούν και τα στοιχεία της παρακάτω εικόνας (ΙΝΣΕΤΕ, 2022), με τις περισσότερες επισκέψεις να προέρχονται από τουρίστες της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας.<sup>45</sup>

<sup>45</sup> Ίκκος Α., Λάμπρου Ε., (2022). Ποιος πάει πού; Πόσο μένει; Πόσα ξοδεύει; Α' μέρος: Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά Περιφέρεια 2021, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 14.





Εικόνα 10: Top 3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει Επισκέψεων  
 Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ (2022: 14)



Η περιφέρεια καταφέρνει να διατηρήσει το μερίδιο αγοράς της τα τελευταία τρία χρόνια (2019-2021), το οποίο διαμορφώνεται κοντά στο 30% σε σχέση με το σύνολο της χώρας.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Τράπεζα της Ελλάδος (2022). Ταξιδιωτικές υπηρεσίες, Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.bankofgreece.gr/statistika/ekswterikos-tomeas/isozygio-plhrwmwn/taksidiwtikes-yphresies>, (Προσπελάστηκε 10/7/2022).

Περιφέρεια	2019				2020				2021			
	I	I-II	I-III	I-IV	I	I-II	I-III	I-IV	I	I-II	I-III	I-IV
ΑΤΤΙΚΗ	392.9	1,089.3	2,039.8	2,591.8	335.2	376.9	628.6	761.2	42.9	221.3	1,015.5	1,466.2
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	7.3	51.0	157.4	165.3	2.1	2.6	22.6	24.6	1.7	11.9	61.0	67.8
<b>ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ</b>	<b>40.8</b>	<b>1,347.1</b>	<b>4,697.5</b>	<b>5,174.8</b>	<b>47.2</b>	<b>53.6</b>	<b>1,025.2</b>	<b>1,256.6</b>	<b>1.4</b>	<b>307.4</b>	<b>2,706.4</b>	<b>3,121.3</b>
ΚΡΗΤΗ	28.0	1,078.0	3,194.7	3,600.9	14.9	16.8	723.2	861.4	2.6	235.3	1,999.9	2,395.0
ΑΝΑΤΟΛ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	33.2	125.5	389.2	439.8	20.8	36.7	84.1	91.3	3.9	20.7	119.2	134.2
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	126.8	641.0	2,048.9	2,249.8	90.5	128.7	362.1	412.3	22.3	147.4	846.0	1,012.1
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	7.3	21.7	63.5	75.6	8.8	12.9	24.4	26.9	1.0	5.3	26.2	37.9
ΗΠΕΙΡΟΣ	16.9	77.0	232.5	261.3	21.9	29.4	72.9	82.0	7.1	22.6	114.9	127.1
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	11.2	75.6	326.6	355.0	10.7	13.4	81.4	86.8	3.8	25.5	166.9	179.0
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	10.2	451.5	1,839.7	1,911.2	2.3	5.3	414.9	446.1	1.0	106.9	1,210.6	1,297.3
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	22.0	86.0	219.8	257.4	15.7	24.8	58.7	69.8	9.8	28.8	100.2	128.2
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	18.0	71.2	155.2	180.1	8.6	11.3	47.3	58.9	4.0	14.9	72.2	112.7
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	20.3	129.4	360.2	416.9	12.2	18.8	109.8	132.2	4.7	32.6	194.8	249.6
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>734.9</b>	<b>5,244.4</b>	<b>15,725.0</b>	<b>17,679.9</b>	<b>590.8</b>	<b>731.3</b>	<b>3,655.3</b>	<b>4,309.9</b>	<b>106.2</b>	<b>1,180.4</b>	<b>8,633.7</b>	<b>10,328.4</b>
<b>Μερίδιο αγοράς περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου</b>	<b>29.27%</b>				<b>29.16%</b>				<b>30.22%</b>			

Πίνακας 17: Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά περιφέρεια και μερίδιο αγοράς περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου  
Πηγή: Έρευνα συνόρων ΤτΕ (2022)

### 3.3.2 Συνολικό μέγεθος εγχώριας αγοράς και παραγωγής

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2022), η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διαθέτει το 2021 2.241 ξενοδοχειακές μονάδες όλων των αστέρων και 115.210 δωμάτια. Οι 128 από αυτές τις μονάδες και τα 2.799 δωμάτια βρίσκονται στην περιφερειακή ενότητα Καλύμνου που θα εξετάσουμε. Στο σύνολο αυτών μπορούν ακόμα να προστεθούν 7.324 μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων στην περιφέρεια και 351 μονάδες την περιφερειακή ενότητα Καλύμνου. Συμπερασματικά, μπορούμε να υπολογίσουμε το μερίδιο παραγωγής της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου ως προς το σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου στην Ελλάδα που ανέρχεται σε 26,4%, αλλά και της περιφερειακής ενότητας Καλύμνου που θα εξετάσουμε και φτάνει το 0,6% σε επίπεδο συνολικής αγοράς και το 2,3% σε επίπεδο περιφέρειας.<sup>47</sup>

<sup>47</sup> Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021). Διαθέσιμο διαδικτυακά στις διευθύνσεις [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2020.pdf](#), [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑ 2020.pdf](#) (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Ανδρου	Μονάδες	1	2	13	7	5	28
	Δωμάτια	17	15	425	163	87	707
	Κλίνες	39	32	800	340	143	1,354
Θήρας	Μονάδες	63	101	115	82	35	396
	Δωμάτια	2,303	2,734	2,593	1,739	501	9,870
	Κλίνες	4,718	5,445	5,253	3,351	1,028	19,795
Καλύμνου	Μονάδες	1	9	27	82	9	128
	Δωμάτια	64	272	780	1,551	132	2,799
	Κλίνες	175	591	1,495	2,925	255	5,441
Καρπάθου	Μονάδες	2	14	35	67	5	123
	Δωμάτια	364	503	1,146	1,375	72	3,460
	Κλίνες	750	967	2,156	2,553	122	6,548
Κέας - Κύθνου	Μονάδες	2	1	2	6	1	12
	Δωμάτια	63	16	38	151	16	284
	Κλίνες	144	38	64	303	32	581
Κω	Μονάδες	44	49	69	126	5	293
	Δωμάτια	10,420	8,310	4,639	4,329	102	27,800
	Κλίνες	22,241	17,210	9,150	8,202	210	57,013
Μήλου	Μονάδες	3	7	20	41	10	81
	Δωμάτια	114	195	287	792	142	1,530
	Κλίνες	206	401	576	1,569	269	3,021
Μυκόνου	Μονάδες	59	62	37	24	26	208
	Δωμάτια	3,051	2,206	1,247	485	341	7,330
	Κλίνες	6,815	4,560	2,538	946	669	15,528
Νάξου	Μονάδες	5	17	37	92	22	173
	Δωμάτια	202	562	1,259	1,606	294	3,923
	Κλίνες	430	1,187	2,493	3,169	601	7,880
Πάρου	Μονάδες	8	21	42	60	21	152
	Δωμάτια	419	919	1,159	1,123	296	3,916
	Κλίνες	824	1,706	2,314	2,182	599	7,625
Ρόδου	Μονάδες	67	135	150	153	47	552
	Δωμάτια	17,353	20,030	7,315	5,445	919	51,062
	Κλίνες	35,968	40,694	14,192	10,522	1,808	103,184
Σύρου	Μονάδες	4	12	16	20	1	53
	Δωμάτια	34	471	374	433	12	1,324
	Κλίνες	66	900	724	844	22	2,556
Τήνου	Μονάδες	0	6	16	15	5	42
	Δωμάτια	0	331	387	419	68	1,205
	Κλίνες	0	630	793	800	113	2,336
Σύνολο	Μονάδες	259	436	579	775	192	2,241
	Δωμάτια	34,404	36,564	21,649	19,611	2,982	115,210
	Κλίνες	72,376	74,361	42,548	37,706	5,871	232,862

Πίνακας 18: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

### 3.3.3 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων κλάδου

Οι πληρότητες στην περιφερειακή ενότητα Καλύμνου, που περιλαμβάνει και την Πάτμο, παρουσιάζουν συνεχή αύξηση όλα τα έτη, με εξαίρεση την χρονιά του 2020 όπου οι μονάδες δεν λειτούργησαν ομαλά. Το 2021, με την επαναφορά των προηγούμενων συνθηκών, οι πληρότητα φτάνει το 33%. Παραμένει ωστόσο σημαντικά χαμηλότερη από άλλες ενότητες της περιφέρειας, όπως η Κως και η Ρόδος, αλλά και από το μέσο όρο των Δωδεκανήσων που αγγίζει το 50,9%. Ακόμα, παρέμεινε αρκετά χαμηλότερη από τη μέση πληρότητα των ξενοδοχείων στο σύνολο της χώρας (68%), περίπου στο μισό.<sup>48</sup>

Περιφερειακές Ενότητες		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Καλύμνου	Αφίξεις αλλοδαπών	17,481	17,427	48,468	52,119	13,480	32,919
	Αφίξεις ημεδαπών	19,218	20,099	34,401	27,789	15,127	15,890
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	82,338	82,120	230,524	236,861	68,019	143,836
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	59,141	65,549	99,008	86,198	49,707	47,166
	<b>Πληρότητα</b>	<b>21.3%</b>	<b>22.2%</b>	<b>26.7%</b>	<b>26.4%</b>	<b>21.7%</b>	<b>33.0%</b>
Καρπάθου	Αφίξεις αλλοδαπών	38,164	44,354	78,955	79,287	10,895	29,146
	Αφίξεις ημεδαπών	4,290	3,978	9,504	10,589	10,073	6,114
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	284,902	325,275	536,920	522,207	58,004	158,002
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	25,525	24,186	39,354	45,304	36,224	20,219
	Πληρότητα	42.1%	44.8%	45.6%	41.3%	19.8%	43.0%
Κω	Αφίξεις αλλοδαπών	622,180	827,473	1,154,572	1,229,686	405,991	691,246
	Αφίξεις ημεδαπών	36,548	39,489	74,209	68,229	29,951	35,444
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	4,730,652	5,835,235	7,981,305	8,345,642	2,413,382	4,459,459
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	169,418	176,915	257,632	238,493	101,278	113,902
	Πληρότητα	59.5%	67.1%	67.0%	65.7%	51.4%	56.5%
Ρόδου	Αφίξεις αλλοδαπών	1,694,077	1,754,993	2,275,244	2,236,949	613,062	1,438,356
	Αφίξεις ημεδαπών	107,901	114,716	181,396	182,613	62,694	113,046
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	10,557,226	11,459,047	14,735,326	14,493,694	3,731,516	8,022,445
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	376,062	427,483	594,332	609,361	205,837	426,407
	Πληρότητα	64.3%	67.7%	65.7%	61.3%	43.1%	50.8%
Σύνολο	Αφίξεις αλλοδαπών	2,371,902	2,644,247	3,557,239	3,598,041	1,043,428	2,191,667
	Αφίξεις ημεδαπών	167,957	178,282	299,510	289,220	117,845	170,494
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	15,655,118	17,701,677	23,484,075	23,598,404	6,270,921	12,783,742
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	630,146	694,133	990,326	979,356	393,046	607,694
	<b>Πληρότητα Περιφέρειας</b>	<b>57.6%</b>	<b>62.0%</b>	<b>59.4%</b>	<b>57.7%</b>	<b>40.1%</b>	<b>50.9%</b>

Πίνακας 19: Στοιχεία αφίξεων, διανυκτερεύσεων και πληρότητας Δωδεκάνησα, 2016-2021  
 Πηγή: Έρευνα Συνόρων ΤτΕ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

Οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις σε επίπεδο περιφέρειας έχουν αντίστοιχη πορεία, δηλαδή συνεχή βελτίωση μέχρι το 2020. Το 2021 έχουν επανέλθει σε ποσοστό 64% από το επίπεδο του 2019. Η ίδια εικόνα παρατηρείται στις αεροπορικές αφίξεις του εσωτερικού, οι οποίες το 2021 έχουν επανέλθει στο 59% του 2019.

<sup>48</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2022). Βασικά τουριστικά μεγέθη της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://insete.gr/perifereies/>, (Προσπελάστηκε 5/6/2022).

	Κάρπαθος	Κάλυμνος	Κως	Μύκονος	Νάξος	Ρόδος	Σαντορίνη	Σύρος	Πάρος	Σύνολο
2021	42,769	0	680,384	362,452	0	1,400,557	472,224	0	911	2,959,297
2020	8,326	0	322,348	132,807	0	585,935	140,205	0	0	1,189,621
2019	99,085	0	1,178,287	474,081	0	2,343,299	519,999	0	2,564	4,617,315
2018	91,341	64	1,177,066	429,497	0	2,337,683	507,213	0	3,330	4,542,864
2017	81,812	0	1,026,966	346,057	0	2,178,973	431,183	876	1,572	4,067,439
2016	81,322	0	848,682	301,842	0	2,045,555	389,817	0	0	3,667,218

Πίνακας 20: Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021

Πηγή: ΥΠΑ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

	Αστυπάλαια	Κάλυμνος	Κάρπαθος	Κάσου	Καστέλοριζο	Κως	Λέρος	Μήλο	Μύκονος	Νάξος	Πάρος	Ρόδος	Σαντορίνη	Σύρος	Σύνολο
2021	7,493	3,723	25,935	966	2,559	83,053	7,138	32,118	137,823	44,894	97,278	252,852	272,723	4,208	972,763
2020	4,503	2,484	17,207	501	1,164	66,246	5,489	17,475	63,737	25,634	46,714	176,085	138,071	2,875	568,185
2019	7,095	3,933	30,466	1,181	2,802	137,362	10,155	37,879	254,667	49,768	103,532	400,156	586,109	4,976	1,630,081
2018	6,769	4,597	31,142	1,314	2,508	130,764	11,089	37,547	246,676	41,862	92,734	411,229	563,182	7,120	1,588,533
2017	5,704	5,770	29,816	1,390	2,748	111,408	13,088	26,346	231,250	26,671	74,167	429,483	488,101	8,886	1,454,828
2016	5,761	8,748	28,699	1,819	3,339	101,025	12,535	23,685	189,963	16,537	37,872	421,257	433,598	7,689	1,292,527

Πίνακας 21: Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου 2021

Πηγή: ΥΠΑ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

### 3.3.4 Τουριστική Ζήτηση

Ως τουριστική ζήτηση ορίζεται η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα είναι διατεθειμένα και έχουν τη δυνατότητα να αγοράσουν σε δεδομένες τιμές, σε συγκεκριμένο χρόνο σε μία αγορά. Σύμφωνα με τους Song και Witt, η τουριστική ζήτηση είναι η ποσότητα των τουριστικών προϊόντων που οι καταναλωτές θέλουν να αποκτήσουν σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο και υπό συνθήκες που εξαρτώνται από τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης.<sup>49</sup>

Η τουριστική ζήτηση διαμορφώνεται σύμφωνα με τους εξής παράγοντες (Baretje et al., 1972)<sup>50</sup>:

- Οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες, που αφορούν το εισόδημα, το επάγγελμα, την κοινωνική τάξη, τα δημογραφικά δεδομένα, τη δυνατότητα για διακοπές μεγαλύτερης διάρκειας, τις τεχνολογικές εξελίξεις.
- Οι υποκειμενικοί ή κοινωνικοψυχολογικοί παράγοντες, που περιλαμβάνουν τους λόγους για την επίσκεψη ενός προορισμού. Αυτοί συνδέονται με τον σύγχρονο τρόπο ζωής, τις τάσεις φυγής ή και προσωπικούς παράγοντες όπως οι πανανθρώπινες ανάγκες, δηλαδή η επαφή με τη φύση, το παιχνίδι, η επικοινωνία και η γιορτή.
- Οι παράγοντες που αφορούν το τουριστικό προϊόν, για παράδειγμα η απόσταση και η προσπελασιμότητα, οι σχέσεις που διατηρούν οι χώρες προέλευσης και υποδοχής, η τουριστική προσφορά της χώρας, η προβολή και η προώθηση αυτής στους τουρίστες (Βαρβαρέσος, 2000).

<sup>49</sup> Γαβριήλ Δήμητρα (2019). *Εμπειρική διερεύνηση της σχέσης εξάρτησης μεταξύ τουρισμού και ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος σε επιλεγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, 16-22.

<sup>50</sup> Πατάς Σ. (2009). *Τουρισμός (Γενικά Χαρακτηριστικά και Διαστάσεις)* [online]. Πανεπιστήμιο Πειραιά. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence>. (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Στην Ελλάδα τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης αποτελούν<sup>51</sup>:

- Η τουριστική μονοκαλλιέργεια (το κύριο προϊόν Ήλιος και Θάλασσα)
- Επιλογή προορισμών όπου κυριαρχεί ο μαζικός παραθεριστικός τουρισμός
- Υψηλή εποχικότητα

Από την πλευρά της ζήτησης και σχετικά με τις νέες τάσεις και προτιμήσεις των ταξιδιωτών μετά την πανδημία, όπως αυτές αναλύονται στην έρευνα της Alpha bank, αυτές περιλαμβάνουν<sup>52</sup>:

- αποφάσεις που λαμβάνονται με προτεραιότητα την προστασία του περιβάλλοντος,
- την εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας στην καθημερινότητα και στα ταξίδια,
- τις δραστηριότητες εκείνες που προσθέτουν νέες εμπειρίες και γνώσεις,
- τον συνδυασμό εργασίας και ταξιδιών και
- τις προσβάσιμες υποδομές σε τουριστικούς προορισμούς.

### 3.3.5 Τουριστική προσφορά

Τουριστική προσφορά είναι η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που διατίθενται στην τουριστική αγορά, σε συγκεκριμένη τιμή κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης περιόδου. Η τουριστική προσφορά χαρακτηρίζεται από μεγάλη ετερογένεια, δηλαδή από μεγάλο αριθμό διαφορετικών τουριστικών προϊόντων, είτε αγαθά είτε υπηρεσίες είτε φυσικοί πόροι. Έτσι η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε δυο επιμέρους κατηγορίες: την πρωτογενή ή πρωταρχική τουριστική προσφορά και τη δευτερογενή ή απορρέουσα τουριστική προσφορά.

Η πρωτογενής τουριστική προσφορά περιλαμβάνει τους φυσικούς και ανθρώπινους πόρους και είναι εκείνη που διαμορφώνει την ελκυστικότητα ενός προορισμού και τις δυνατότητες εξέλιξης του. Οι τουριστικοί πόροι περιλαμβάνουν κάθε φυσικό στοιχείο, όπως θάλασσες και ακτές, φυσικό φως, τοπικά προϊόντα και οι ανθρώπινες δραστηριότητες όπως τα ήθη και τα έθιμα, ο πολιτισμός, η κουλτούρα.

Η δευτερογενής προσφορά εμπεριέχει τις υποδομές και τις εγκαταστάσεις που συμμετέχουν στην αναβάθμιση της ζωής των κατοίκων αλλά και στην ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων σε έναν προορισμό. Παράδειγμα αυτής της προσφοράς είναι τα οδικά δίκτυα, οι τηλεπικοινωνίες, τα μεταφορικά μέσα, τα αεροδρόμια και τα λιμάνια, τα καταλύματα, τα εμπορικά καταστήματα και οι επιχειρήσεις αναψυχής.<sup>53</sup>

Σύμφωνα με το μοντέλο του Middleton (2009), τα στοιχεία που συνθέτουν την τουριστική προσφορά ενός προορισμού είναι:

- α) τα αξιοθέατα και το περιβάλλον προορισμού,
- β) οι εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες προορισμού,

<sup>51</sup> Χλέτσος Μιχάλης και άλλοι (2004). *Τεχνολογική προοπτική διερεύνηση στην Ελλάδα*. Έκθεση Ομάδας εργασίας «Τουρισμός», 22-24.

<sup>52</sup> Business Daily (2022). *Ta megatrends που αλλάζουν τον τουρισμό και η πρόκληση για την Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.businessdaily.gr/oikonomia/63400-ta-megatrends-poy-allazoun-ton-toyrismo-kai-i-proklisi-gia-tin-ellada> (Προσπελάστηκε 9/10/2022).

<sup>53</sup> Γαβριήλ Δήμητρα (2019). *Εμπειρική διερεύνηση της σχέσης εξάρτησης μεταξύ τουρισμού και ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος σε επιλεγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, 16-22.

- γ) οι δυνατότητες πρόσβασης στον προορισμό,
- δ) οι εικόνες και οι αντιλήψεις για τον προορισμό και
- ε) το κόστος για τον επισκέπτη.

Τα στοιχεία αυτά συνθέτουν αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον του τόπου και περιγράφουν τα δυνατά του σημεία, τα συγκριτικά και ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα (Middleton, Fyall, Morgan, 2009).<sup>54</sup>

Οι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς είναι:

- Η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος
- Οι μεταβολές της τεχνολογίας
- Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων
- Η ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων και η μείωση του κόστους μεταφορών
- Ο αριθμός των τουριστικών μονάδων
- Τα διατιθέμενα τουριστικά πακέτα
- Τα φυσικά χαρακτηριστικά και ο πολιτισμικός πλούτος του προορισμού
- Οι τουριστικές υποδομές
- Η προσβασιμότητα του προορισμού
- Το κόστος της επίσκεψης

Οι επιχειρήσεις μετά την πανδημία αναμένεται να αλλάξουν τις επιχειρηματικές τους τακτικές στον τουριστικό τομέα (changing business models), με σκοπό να προσαρμοστούν, να αναδείξουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των τουριστών με τη βοήθεια της ανάλυσης των προτύπων συμπεριφοράς, της προτεραιότητας στα πρωτόκολλα ασφαλείας και υγιεινής, των πράσινων πολιτικών και προσβάσιμων υποδομών αλλά και μέσω της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.<sup>55</sup>

## 3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

### 3.4.1 Το νησί της Πάτμου

"Εγώ Ιωάννης, ο και αδελφός υμών και κοινωνός εν τη θλίψει και βασιλεία και υπομονή εν Χριστώ Ιησού, εγενόμην εν τη νήσω τη καλουμένη Πάτμω, δια τον Λόγον του Θεού και την μαρτυρίαν Ιησού. Εγενόμην εν πνεύματι εν τη Κυριακή ημέρα και ήκουσα οπίσω μου φωνήν μεγάλην ως σάλπιγγος λεγούσης..." (Ευαγγελιστής Ιωάννης, Αποκάλυψη, 95μ.Χ.)<sup>56</sup>

Ο δήμος της Πάτμου, , που περιλαμβάνει ακόμα το σύμπλεγμα των Αρκών, την νησίδα του Μαραθίου και βραχονησίδες όπως το Χιλιομόδι, το Τραγονήσι, την Αγία Θέκλα και τον Αη-Γιώργη, με πληθυσμό 3.217 κατοίκους (ΕΛΣΤΑΤ, 2022), έκταση 34 τετραγωνικά χιλιόμετρα,

<sup>54</sup> Χλέτσος Μιχάλης και άλλοι (2004). *Τεχνολογική προοπτική διερεύνηση στην Ελλάδα*. Έκθεση Ομάδας εργασίας «Τουρισμό», 22-24.

<sup>55</sup> Business Daily (2022). *Τα megatrends που αλλάζουν τον τουρισμό και η πρόκληση για την Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.businessdaily.gr/oikonomia/63400\\_t-a-megatrends-poy-allazoy-n-ton-toy-rismo-kai-i-proklisi-gia-tin-ellada](https://www.businessdaily.gr/oikonomia/63400_t-a-megatrends-poy-allazoy-n-ton-toy-rismo-kai-i-proklisi-gia-tin-ellada) (Προσπελάστηκε 9/10/2022).

<sup>56</sup> Πάτμος, το νησί της Αποκάλυψης. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <http://patmosislandinfo.gr/apocalypse/> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

υπάγεται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Βρίσκεται στο βορειοανατολικό άκρο των Δωδεκανήσων, νοτιοανατολικά της Ικαρίας και νότια της Σάμου.<sup>57</sup>

Η Πάτμος είναι ένα επίμηκες νησί, με άγονες και βραχώδεις εκτάσεις, με ακτογραμμή 72 χιλιομέτρων, λιγιστές αμμώδεις παραλίες και μεσογειακό κλίμα με λίγες βροχοπτώσεις. Η ψηλότερη κορυφή του νησιού είναι ο Προφήτης Ηλίας (270 μέτρα). Μία μικρή βλάστηση υπάρχει λόγω των νεότερων αναδασώσεων. Σύμφωνα με το ΦΕΚ 847/Β/1972 η Πάτμος αποτελεί ολόκληρη ένα Τοπίο Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους (ΥΠΕΚΑ, 2013).<sup>58</sup>



Εικόνα 11: Χάρτης Δήμου Πάτμου  
Πηγή: ΥΠΑΙ

Η Πάτμος αποτελεί το βορειότερο νησί και ένα από τα μικρότερα σε έκταση κατοικήσιμα νησιά των Δωδεκανήσων. Το κέντρο του νησιού, η Χώρα χαρακτηρίζεται ως μία από τις πιο καλοδιατηρημένες και αρχαίες χώρες του Αιγαίου (Φιλιππίδης, 1999). Η ιστορία της Χώρας χρονολογείται πάνω από 900 χρόνια και ξεκινάει από τη δημιουργία ενός αγροτικού οικισμού που λειτουργούσε υποστηρικτικά για το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου, που ιδρύθηκε το 1132. Η ανάπτυξη του οικισμού είναι συνεχής από τον 12ο αιώνα. Το μέρος έχει συνδεθεί με τον απόστολο Άγιο Ιωάννη, ο οποίος κατά την εξορία του το 95 μ.Χ. έγραψε εκεί την Αποκάλυψη, στο Σπήλαιο της Αποκάλυψης, το οποίο βρίσκεται στον δρόμο που συνδέει τη Χώρα και το λιμάνι του νησιού, τη Σκάλα.

Η δομή της Χώρας χαρακτηρίζεται από στενά δρομάκια που θυμίζουν λαβύρινθο. Τα σπίτια δεν ξεπερνούν τον έναν ή δύο ορόφους, με εξαίρεση τα Νεοκλασικά κτίρια του 19<sup>ου</sup> αιώνα, που μπορεί να φτάνουν μέχρι τους τρεις ορόφους.<sup>59</sup>

<sup>57</sup> ΕΛΣΤΑΤ (2022). *Αποτελέσματα Απογραφής Πληθυσμού Κατοίκων ΕΛΣΤΑΤ 2021*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.statistics.gr/2021-census-pop-housresults>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>58</sup> Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrافي-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>59</sup> Dipasquale L., Montoni L., Manzi A., Mecca S. (2020). *The Chore of Patmos (Greece): Analysis of architectural heritage, identification of risks and assessment of impacts*. The International Archives of the Photogrammetry, Volume XLIV-M-1-2020, HERITAGE2020 International Conference, 1-2.





Εικόνα 12: Χαρακτηριστικό στενό πέρασμα στην Χώρα της Πάτμου  
Πηγή: L. Dìpasquale, L. Montoni, A. Manzi, S. Mecca (2020)

Το οδικό δίκτυο της Πάτμου συνδέει άριστα τους οικισμούς με το λιμάνι και τις κυριότερες παραλίες. Η ακτοπλοϊκή σύνδεση του νησιού με τα γειτονικά νησιά, τα Δωδεκάνησα, τις Κυκλάδες, την πρωτεύουσα της Σύρου και τον Πειραιά και με την ηπειρωτική χώρα πραγματοποιείται μέσω του λιμανιού που βρίσκεται στον οικισμό της Σκάλας. Παράλληλα, στην περιοχή του Διακοφτίου λειτουργεί καρνάγιο. Στο λιμάνι της Σκάλας από τον Ιούνιο του 2017 έχει εγκατασταθεί σύγχρονη μαρίνα με πλωτή προβλήτα που δύναται να φιλοξενήσει ιστιοφόρα, μεγάλα yacht και μικρότερα σκάφη αναψυχής (ΥΠΕΚΑ, 2013).

Το νησί δεν διαθέτει αεροδρόμιο αλλά συνδέεται ακτοπλοϊκώς με γειτονικά νησιά που διαθέτουν αερολιμένες. Από το 2001 λειτουργεί στο νησί το δημοτικό ελικοδρόμιο, στην περιοχή του Μέρικα και σε απόσταση 2 χλμ βορειοανατολικά της Σκάλας (Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής, 2014).

Η Πάτμος, γνωστό ως «το νησί της Αποκάλυψης» έχει συνδεθεί άρρηκτα με τη χριστιανική θρησκεία. Κάθε χρόνο συρρέουν επισκέπτες από όλα τα μήκη και πλάτη της γης. Με απόφαση του ελληνικού κράτους, η Πάτμος ανακηρύχθηκε «Ιερά Νήσος» το 1981, ενώ το 1999 η UNESCO ένταξε στα Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς ολόκληρη την Χώρα της Πάτμου, τη μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης. Σήμερα στο νησί εξακολουθεί να λειτουργεί το αντρικό μοναστήρι που ίδρυσε ο Όσιος Χριστόδουλος (1088) καθώς και τα γυναικεία μοναστήρια της Μονής της Ζωοδόχου Πηγής και της Μονής του Ευαγγελισμού.

Επίσης, το νησί συμμετέχει στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα θρησκευτικών πόλεων COESIMA που ιδρύθηκε με σκοπό τη σύνδεση των επτά σπουδαιότερων προσκυνημάτων της Ευρώπης, μεταξύ των οποίων είναι τα εξής: Loudres (Γαλλία), Santiago de Compostela (Ισπανία), Loreto (Ιταλία), Πάτμος (Ελλάδα), Altotting (Γερμανία), Fatima (Πορτογαλία), Czestochwa

(Πολωνία) (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).<sup>60</sup>

Ήταν το 2009 όταν το περιοδικό Forbes επέλεξε μία ομάδα ειδικών στον τουρισμό να δημιουργήσουν μία λίστα με τα 11 πιο γαλήνια, αυθεντικά και παρθένα μέρη στην Ευρώπη. Στην κορυφή της λίστας που προέκυψε βρισκόταν και η Πάτμος. Την χαρακτήρισαν ως ένα ήσυχο και αριστοκρατικό νησί που συνδυάζει τη θρησκευτική αίγλη με την κοσμική ελίτ.<sup>61</sup>

Το αμερικανικό περιοδικό Travel + Leisure (2021) έχει συμπεριλάβει την παραλία Ψιλή Άμμος της Πάτμου ανάμεσα στις δέκα μυστικές παραλίες της Ευρώπης που αξίζει να επισκεφτεί κανείς. Στην ίδια λίστα εμφανίζονται παραλίες της Ιταλίας, της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Κύπρου και της Κροατίας.<sup>62</sup> Το ίδιο περιοδικό είχε ξεχωρίσει το 2013 την περιοχή του Μαραθίου, ως ένα από τα σημεία με τα καλύτερα εστιατόρια θαλασσινών σε όλον τον κόσμο.<sup>63</sup>

### *i. Ιστορική Αναδρομή*

Οι πρώτες αναφορές στην Πάτμο χρονολογούνται στην εποχή του ιστορικού Θουκυδίδη, τον 5ο αιώνα π.Χ., ενώ σύμφωνα με τη μυθολογία ο Ορέστης, μετά το φόνο της μητέρας του, βρήκε καταφύγιο στην Πάτμο όπου έχτισε μία Ακρόπολη στο σημείο όπου σήμερα βρίσκεται η Ιερά Μονή του Αγ. Ιωάννη του Θεολόγου προς τιμή της θεάς Αρτέμιδος.

Ωστόσο, τα ευρήματα μαρτυρούν την ανθρώπινη δραστηριότητα στο νησί έως και την προϊστορική περίοδο. Πρώτοι Έλληνες κάτοικοι του νησιού θεωρούνται οι Ίωνες και αργότερα οι Δωριείς. Τον 2ο π.Χ. αιώνα οι Ρωμαίοι μετέτρεψαν το ερημωμένο από τις πειρατικές λεηλασίες νησί της Πάτμου σε τόπο εξορίας.

Το 1770 με την επανάσταση του Ορλόφ, οι Ρώσοι εμφανίστηκαν ως ελευθερωτές, ενώ με τη συνθήκη του Κιουτσούκ – Καϊναρτζή τα νησιά του Αιγαίου επέστρεψαν στην κατοχή των Οθωμανών. Οι Πάτμιοι ήταν οι δεύτεροι μετά τους Σπετσιώτες που ύψωσαν τη σημαία της ελληνικής επανάστασης. Υποστηρικτές από το νησί υπήρξαν ο Εμμανουήλ Ξάνθος, εκ των ιδρυτών της Φιλικής Εταιρείας και ο Δημήτριος Θέμελης με ηγετικό ρόλο στην Επανάσταση στο Αιγαίο. Ωστόσο, με την συνθήκη της Κωνσταντινούπολης (1832), οι Μεγάλες Δυνάμεις παραχώρησαν ξανά τα Δωδεκάνησα στους Οθωμανούς, οι οποίοι τον Μάιο του 1912 τα παρέδωσαν στους Ιταλούς. Έπειτα από τη λήξη του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου το 1947 η Ιταλία εκχώρησε τα νησιά της Δωδεκανήσου με απόλυτη κυριαρχία στην Ελλάδα, τα οποία επίσημα εντάχθηκαν στο ελληνικό κράτος στις 9 Ιανουαρίου 1948.

### *ii. Οικισμοί*<sup>64</sup>

---

<sup>60</sup> Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrafi-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>61</sup> Olson P. (2009). *Europe's Most Idyllic Places To Live*, Forbes. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.forbes.com/2009/09/03/europe-most-idyllic-places-lifestyle-real-estate.html?sh=29e684ba53f0>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>62</sup> Buckley J. (2021). *10 Secret Beaches in Europe to Add to Your Bucket List*, Travel +Leisure, Travel and Leisure. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/beach-vacations/most-secluded-beaches-europe> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>63</sup> Travel + Leisure (2013). *Best Seafood Restaurants Around the World*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelandleisure.com/food-drink/restaurants/best-seafood-restaurants-around-the-world> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>64</sup> Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrafi-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

## **Χώρα**

Η πρωτεύουσα του νησιού, η Χώρα, βρίσκεται στο νότιο κεντρικό τμήμα της Πάτμου σε απόσταση 4 χιλιομέτρων από το λιμάνι της Σκάλας και αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο οικισμό του νησιού.

Το σημείο αυτό αναφοράς της πολιτιστικής διαδρομής του νησιού, περιστοιχίζει την Ιερά Μονή και αποτελείται από συνοικίες όπως:

- τα Αλλοτινά, στα δυτικά της, που δημιουργήθηκε από τις Βυζαντινές οικογένειες που κατέφυγαν στο νησί μετά την Άλωση της Πόλης το 1453
- τα Κρητικά, στα ανατολικά της, που δημιουργήθηκε από τους Κρήτες πρόσφυγες μετά την άλωση του Χάνδακα το 1669
- τα Απορθιανά, στον βορρά, το νεότερο κέντρο, που γνώρισε ανάπτυξη στα μέσα του 18ου αιώνα από караβοκύρηδες και εμπόρους που ήθελαν να έχουν οπτική επαφή με το λιμάνι της Σκάλας.

Ολόκληρη η Χώρα αποτελεί ένα αξιοθέατο για τον επισκέπτη, καθώς και τα σημεία ενδιαφέροντος όπως η πλατεία της Αγίας Λεσβίας (Αγία Λεβιάς) και η πλατεία του Δημαρχείου (Λόζας), με το σπίτι του συνιδρυτή της Φιλικής Εταιρείας, Εμμανουήλ Ξάνθου, οι 51 εκκλησίες της και τα αρχοντικά της.

Η Χώρα προσφέρει ακόμα πολλές επιλογές εστίασης και ψυχαγωγίας, μικρά καταστήματα, γραφικά μεζεδοπωλεία, μπαρ και καταλύματα.

Ο Απορθιανός δρόμος, που κατασκευάστηκε το 1819, είναι το παλιό πέτρινο καλντερίμι μήκους 2,4χλμ. που ενώνει την Χώρα με την Σκάλα και ο πρώτος δημόσιος δρόμος του νησιού.

## **Σκάλα**

Η Σκάλα αποτελεί το λιμάνι και το τουριστικό κέντρο του νησιού. Είναι ο μεγαλύτερος και πιο πυκνοκατοικημένος οικισμός, αυτός στον οποίο στεγάζονται και όλες οι δημόσιες υπηρεσίες της Πάτμου πλην του Δημαρχείου που βρίσκεται στη Χώρα, αλλά και πλήθος εμπορικών και τουριστικών καταστημάτων. Ο οικισμός φέρει αρχιτεκτονικές επιρροές από την Ιταλική κατοχή, με πιο χαρακτηριστικό σημείο το «Ιταλικό Κτήριο».

Η Σκάλα αποτέλεσε κατά τον 16ο αιώνα ένα από τα σημαντικότερα λιμάνια της Μεσογείου για τα πατινιώτικα (κυρίως μοναστηριακά) και τα ξένα πλοία. Από τα τέλη του 18ου αιώνα, ωστόσο, μετατρέπεται σε εμπορικό και ναυτιλιακό κέντρο, συνεισφέροντας στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού.

## **Κάμπος**

Στο βορειοανατολικό τμήμα του νησιού, ο οικισμός του Κάμπου αποτελεί την πιο εύφορη περιοχή του νησιού, χωρίζεται σε δύο μικρά χωριά, τον Επάνω Κάμπο και τον Κάτω Κάμπο και απέχει 9χλμ. από την Χώρα και 6χλμ. από την Σκάλα. Ο Κάμπος αποτελεί κομβικό σημείο του νησιού, καθώς ο δρόμος που τον διασχίζει οδηγεί σε παραλίες της Πάτμου στη βόρεια πλευρά του νησιού.

## **Γροίκος**

Το γραφικό ψαροχώρι στο νοτιοανατολικό τμήμα του νησιού, έχει εξελιχθεί σε σύγχρονο παραθαλάσσιο οικισμό με πλούσιες τουριστικές υποδομές και ξενοδοχεία έως πέντε αστέρων. Ο κόλπος του Γροίκου με θέα στον βράχο «Καλλικατσού» και την παραλία της

Πέτρας, χαρακτηρίστηκε από τον διεθνή οργανισμό «Most Beautiful Bays in the world» ως ένας από τους ωραιότερους κόλπους του κόσμου.

*iii. Πολιτισμός, Περιβάλλον, Ήθη και Έθιμα*<sup>65</sup>

Τα σημαντικότερα πολιτισμικά σημεία του νησιού περιγράφονται παρακάτω:

- Ιερά Μονή Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου

Η μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου χτίστηκε το 1088 από τον όσιο Χριστόδουλο στη θέση του ναού της Αρτέμιδος και αποτελεί χωρίς αμφισβήτηση το σημαντικότερο μοναστήρι του Αιγαίου πελάγους. Η Μονή περιβάλλεται από ένα αμυντικό περίβολο και το καθολικό της χαρακτηρίζεται ως σταυροειδής εγγεγραμμένος ναός με τρούλο. Το καθολικό, η τράπεζα και τα κελιά σώζονται από τη βυζαντινή περίοδο.



Εικόνα 13: Ιερά Μονή Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου  
Πηγή: google.gr

Στο μοναστήρι ακόμη στεγάζεται η ιστορική Βιβλιοθήκη που περιλαμβάνει 890 χειρόγραφους Κώδικες μεταξύ των οποίων 325 περγαμηνές. Ιδρύθηκε εξίσου από τον Όσιο Χριστόδουλο, με πρόθεση να διασώσει τα χειρόγραφα βιβλία που έφερε από τη Μικρά Ασία (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Ιερό Σπήλαιο της Αποκάλυψης

Το 95 μ.Χ ο αυτοκράτορας Δομιτιανός εξόρισε τον αγαπημένο μαθητή του Ιησού, Ιωάννη, στην Πάτμο καθώς κήρυττε τον λόγο το Θεού στην Έφεσο. Ο Ιωάννης ακόμη και εξόριστος συνέχισε την πνευματική του αποστολή διδάσκοντας τον λόγο του Θεού στην Πάτμο.

<sup>65</sup> Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrifi-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Σύμφωνα με την παράδοση, ο βράχος του σπηλαίου που κατοικούσε ο Ιωάννης σχίστηκε στα τρία, συμβολίζοντας την Αγία Τριάδα και ο Ιωάννης άκουσε τη φωνή του Θεού που του υπαγόρευε το Ιερό Βιβλίο της Αποκάλυψης. Πιθανολογείται ότι στο ίδιο μέρος έγινε η συγγραφή του 4ου κατά Ιωάννη Ευαγγελίου. Από το 1999 το Ιερό Σπήλαιο της Αποκάλυψης και η Μονή του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου συγκαταλέγονται στη λίστα με τα Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς από την UNESCO (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Βαπτιστήριο

Ο Ιερός Ναός του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου βρίσκεται στη Σκάλα της Πάτμου. Στην περιοχή της Σκάλας, δίπλα στο λιμάνι σώζονται τα ερείπια των κτισμάτων του «βαπτιστηρίου», του χώρου δηλαδή που ο Άγιος Ιωάννης ο Θεολόγος βάπτισε του Πάτμιους. (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Μονές

Στο νοτιοδυτικό τμήμα του νησιού, με θέα στον κόλπο των Κήπων, βρίσκεται το μεγαλύτερο γυναικείο Μοναστήρι του νησιού, η Ιερά Μονή Ευαγγελισμού και χρονολογείται από τον 15ο ως τον 17ο αιώνα. Η συμβολή της Μονής κατά τη διάρκεια της Ιταλικής Κατοχής ήταν καθοριστική, καθώς οι μοναχές δίδασκαν την ελληνική γλώσσα.

Η Ιερά Μονή Ζωοδόχος Πηγή, νοτιοδυτικά της μονής του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου, αποτελεί ένα ακόμη γυναικείο μοναστήρι, ιδρύθηκε το 1607 από τον Παρθένιο Παγκώστα, με σκοπό να στηρίζει τα ορφανά, τις χήρες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Στη Μονή διατηρείται η εικόνα της Παναγίας Ελεούσας η οποία θεωρείται θαυματουργή, με το πρώτο καταγεγραμμένο θαύμα της να αποτυπώνεται το 1956.

- Η Πατμιάδα Σχολή

Το 1713 συστάθηκε η φημισμένη Πατμιάδα Σχολή το 1713 από τον Μακάριο Καλογερά. Το 1831 η σχολή ανακαινίστηκε, διακόπηκε η λειτουργία της το 1912 εξαιτίας της ιταλικής κατοχής και το 1947 επανιδρύθηκε ως ιερατική σχολή. Από το 1948 ως και σήμερα λειτουργεί ως εκκλησιαστικό σχολείο (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Αρχαιολογικός Χώρος Καστελλίου

Στο Καστέλλι ή θέση Καστέλλι σώζονται θεμέλια του ναού του Απόλλωνα καθώς και ερείπια της αρχαίας ακρόπολης. Η επιλογή της θέσης δεν ήταν τυχαία καθώς ως φυσικός οχυρός λόφος, το Καστέλλι υψώνεται βόρεια της Χώρας και προσφέρει ελεύθερη θέα σε τρεις κόλπους, του Μέρικα στον βορρά, της Σκάλας στην ανατολή και του Χοχλακά στον νότο (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Ο Βράχος της Καλλικατσού

Οι ερευνητές θεωρούν πως η Πέτρα, γνωστή και ως ο Βράχος, της Καλλικατσού αποτελεί αρχαιολογικό χώρο όπου από τους προϊστορικούς μέχρι τους ιστορικούς χρόνους (1100 π.Χ.- 4ο αιώνα μ.Χ.) υπήρχε υπαίθριο ιερό, πιθανόν αφιερωμένο στην Αφροδίτη. Στην πορεία το αρχαίο ιερό μετατράπηκε σε ερημητήριο κατά τον 14ο αιώνα μ.Χ. (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Το Ιταλικό Διοικητήριο κτίστηκε το 1932 με εντολή του Ιταλού κυβερνήτη Mario Lago και βρίσκεται στην κεντρική πλατεία της Σκάλας. Το Ιταλικό Κτίριο αποτελεί χαρακτηριστικό αρχιτεκτονικό μνημείο της εποχής της Ιταλοκρατίας στα Δωδεκάνησα (1912-1943), ενώ σήμερα χρησιμοποιείται για να στεγάσει δημοτικές

υπηρεσίες του νησιού όπως το Αστυνομικό Τμήμα Πάτμου, το Τελωνείο και το Ταχυδρομείο (Ιστοσελίδα Δήμου Πάτμου, 2015).

- Οι Μύλοι

Με πρωτοβουλία του 69χρονου Charles Pictet, Ελβετού τραπεζίτη και ένθερμου φίλου του νησιού και φιλέλληνα, το 2008 σώθηκαν τρεις ιστορικοί ανεμόμυλοι στη Χώρα. Οι Μύλοι απέσπασαν βραβείο το 2012 από την ομοσπονδία των Ευρωπαϊκών Πολιτιστικών Οργανώσεων, Europa Nostra στη Λισσαβώνα για την εξαιρετική δουλειά.<sup>66</sup>

Μοναδικής αξίας και ομορφιάς είναι και οι περιβαλλοντικοί πόροι της Πάτμου:

- Η λίμνη της Πέτρας που αποτελεί το σημαντικό υδροβιότοπο για το νησί.
- Το δάσος με τις κουμαριές, ένα από τα τρία σωζόμενα δάση της χώρας.
- Η παραλία της Λάμπης, διάσημη για τα χρωματιστά της βότσαλα.
- Ο βράχος της Καλλικατσού, ένα φυσικό φαινόμενο μιας ηφαιστειακής πέτρας που χρονολογείται στα 4 εκατομμύρια χρόνια (patmosweb, 2022).

Ανάμεσα στις πιο γνωστές παραλίες της Πάτμου είναι οι<sup>67</sup>:

- Πέτρα, δίπλα στο βράχο της Καλλικατσούς
- Αγριολίβαδο, οργανωμένη, αμμουδερή παραλία με water sports
- Λιβάδι Γερανού, ήσυχη παραλία με γαλαζοπράσινα νερά στο βορειοανατολικό τμήμα
- Λιγγίνου (Δίδυμες), δύο πανομοιότυποι ορμίσκοι σε απόσταση 15 λεπτών πεζοπορίας από την Βαγιά
- Γροίκος, με θέα το Τραγονήσι και πληθώρα εστιατορίων
- Λάμπη, διάσημη για τα πολύχρωμα βότσαλα, η συλλογή των οποίων έχει απαγορευτεί
- Κάμπος, η πιο οργανωμένη και πολυσύχναστη παραλία με μπαρ, εστιατόρια και water sports
- Ψιλή Άμμος, ένα μαγευτικό τοπίο με χρυσή άμμο, προσβάσιμο με καΐκι από το λιμάνι της Σκάλας ή με πεζοπορία περίπου 30 λεπτών από το Διακόφτι
- Λιβάδι Καλογήρων, με βότσαλο και θέα στη Σάμο, υπήρξε κάποτε το ερημητήριο των μοναχών του νησιού.

Η γαστρονομία της Πάτμου είναι πλούσια, έχοντας πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τα γύρω νησιά. Ξεχωρίζουν τα άγρια χόρτα και το κρίταμο, οι γεμιστοί κολοκυθοανθοί που συνοδεύουν τους θαλασσινούς μεζέδες όπως το καλαμάρι και το χταπόδι αλλά και τα ψάρια. Στο γιορτινό τραπέζι κυριαρχεί το κατσικάκι και το χοιρινό ή το κουνέλι. Στα διάσημα γλυκά συγκαταλέγονται οι πατινιώτικη τυρόπιτα, μία ιδιαίτερη συνταγή σε μορφή τάρτας με πλούσια γέμιση από τυριά, κανέλα και ζάχαρη, και τα πουγκιά, τα αμυγδαλωτά, τα

<sup>66</sup> Πουρνάρα Μ. (2014), *Charles Pictet: Ο τουρισμός μπορεί να σας βγάλει από την κρίση*, Η Καθημερινή. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kathimerini.gr/life/people/780913/charles-pictet-o-toyrismos-mporei-na-sas-vgalei-apo-tin-krisi/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>67</sup> Καλαντζή Γ. (2019). *Πάτμος: Οι 16 top παραλίες στο νησί της Αποκάλυψης*, Travelstyle. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelstyle.gr/patmos-oi-top-16-paralies-sto-nisi-tis-apokalipsis/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

ξεροτήγανα και οι λουκουμάδες. Την Μεγάλη Παρασκευή οι ντόπιοι πίνουν δασόαλο, έναν χυλό από αμύγδαλα, ανθότυρο και άρτο.<sup>68</sup>

Στην Πάτμο την περίοδο του Πάσχα ο επισκέπτης μπορεί να παρακολουθήσει την αναπαράσταση του Μυστικού Δείπνου, την τελετή του Νιπτήρος καθώς και όλο το τελετουργικό της Μεγάλης Εβδομάδας μέσα στην κατανυκτική ατμόσφαιρα του νησιού.

Τη Μεγάλη Παρασκευή συντελείται περιφορά των επιταφίων και το παραδοσιακό ράντισμα από τις νοικοκυρές με ντόπιο ανθόνερο. Την Κυριακή του Πάσχα λαμβάνει χώρα η δεύτερη Ανάσταση στην Ιερά Μονή του Αγίου Ιωάννη. Κατά τη διάρκεια αυτής μοιράζονται κόκκινα αυγά στους πιστούς ενώ ο Ηγούμενος διαβάζει το Αναστάσιμο Ευαγγέλιο σε επτά γλώσσες. Το ίδιο απόγευμα στην πλατεία της Σκάλας όλο το νησί γιορτάζει την Ανάσταση με το Δήμο και τους πολιτιστικούς συλλόγους να στρώνουν ένα πλούσιο τραπέζι με πασχαλινά εδέσματα, γλυκά, πατινιώτικες τυρόπιτες και κρασί που συνοδεύονται από τοπικούς χορούς από τους συλλόγους και τους νέους του νησιού.

Το μεγαλύτερο πανηγύρι του νησιού, το πανηγύρι της Παναγίας του Γερανού, πραγματοποιείται ανήμερα της Κοίμησης της Θεοτόκου τον Δεκαπενταύγουστο μετά τον εσπερινό. Στους Αρκιούς στα εννιάμερα της Παναγίας στις 23 Αυγούστου γίνεται άλλο ένα πανηγύρι που συγκεντρώνει πολλούς επισκέπτες. Το γλέντι γίνεται στην πλατεία δίπλα στη θάλασσα, με τη συμμετοχή των τοπικών μαγαζιών και εστιατορίων.<sup>69</sup>

#### 3.4.2 Ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Πάτμο

Ο τουριστικός και ο εμπορικός τομέας αναπτύσσεται και στους τέσσερις οικισμούς της Πάτμου (Σκάλα, Χώρα, Κάμπος, Γροίκος). Με βάση τα επίσημα στοιχεία του 2018 το νησί διαθέτει 37 ξενοδοχειακές μονάδες εκ των οποίων, ένα (1) ξενοδοχείο ανήκει στην κατηγορία των πέντε αστεριών, ένα (1) ξενοδοχείο στην κατηγορία των τεσσάρων αστεριών, πέντε (5) ξενοδοχεία τριών αστεριών, είκοσι έξι (26) ξενοδοχεία δύο αστεριών και τέσσερα (4) ξενοδοχεία ενός αστεριού (Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής, 2014).

Κατηγορία	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Ξενοδοχεία	37	882	1726
Λοιπά Καταλύματα	49	263	582
Σύνολο	86	1145	2308

Πίνακας 22: Δυναμικότητα καταλυμάτων Πάτμος 2018

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (2019), Ομοσπονδία τουριστικών καταλυμάτων Δωδεκανήσου (2019)

<sup>68</sup> Greek Gastronomy Guide, *Παραδοσιακή κουζίνα Πάτμου*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.greekgastronomyguide.gr/patmos/paradosiaki-kouzina/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

<sup>69</sup> Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrafi-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το 2020 η Πάτμος παρουσιάζει το παρακάτω ξενοδοχειακό δυναμικό <sup>70</sup>:

Κατηγορία	5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Μονάδες	1	1	5	27	4	<b>38</b>
Δωμάτια	64	3	218	545	67	<b>897</b>
Κλίνες	175	6	415	1,034	132	<b>1,762</b>

Πίνακας 23: Ξενοδοχειακό δυναμικό Πάτμος 2020  
 Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021)

Η κίνηση στο λιμάνι της Πάτμου τα έτη 2016 έως 2019 παραμένει περίπου στα ίδια επίπεδα, με την ξαφνική πτώση του 2020 να ακολουθεί και με 114 χιλιάδες διακινηθέντες το 2021. Συνολικά, τα Δωδεκάνησα το 2021 είχαν 1,4 εκατομμύρια διακινηθέντες που αποτέλεσε το 14,3% του συνόλου της κίνησης στα λιμάνια της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.<sup>71</sup>

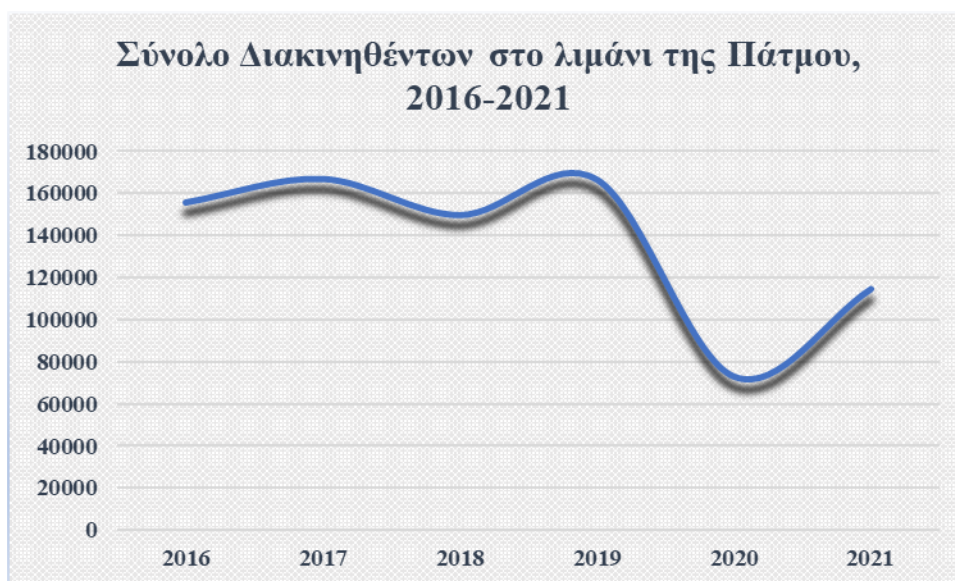
Δωδεκάνησα (Λιμάνι)	Διακινηθέντες κατά την αποβίβαση	Διακινηθέντες κατά την επιβίβαση	Σύνολο Διακινηθέντων
Αγαθονήσι	3,446	3,473	6,919
Αρκιοί	2,936	2,895	5,831
Αστυπάλαια	26,717	26,470	53,187
Διαφάνι Καρπάθου	2,046	1,844	3,890
Κάρπαθος	21,058	20,369	41,427
Κάλυμνος	104,495	104,628	209,123
Κάσος	7,535	6,778	14,313
Καρδάμυνα Κω	962	931	1,893
Κώς	167,649	169,665	337,314
Λακκί Λέρον	51,814	51,702	103,516
Λειψοί	16,704	16,828	33,532
Μεγίστη	10,800	10,456	21,256
Νίσυρος	18,360	17,898	36,258
<b>Πάτμος</b>	<b>57,470</b>	<b>56,944</b>	<b>114,414</b>
Πανορμίτης Σύμης	7,451	7,463	14,914
Σύμη	43,862	40,631	84,493
Ρόδος	163,974	170,111	334,085
Τήλος	14,830	14,923	29,753
Χάλκη	6,740	6,783	13,523
<b>Σύνολο Δωδεκανήσων</b>	<b>728,849</b>	<b>730,792</b>	<b>1,459,641</b>
<b>Σύνολο περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου</b>	<b>5,119,100</b>	<b>5,083,314</b>	<b>10,202,414</b>

Πίνακας 24: Διακινηθέντες εσωτερικού σε λιμάνια 2021  
 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

<sup>70</sup> Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021). Διαθέσιμο διαδικτυακά στις διευθύνσεις [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2020.pdf](#), [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑ 2020.pdf](#) (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>71</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2022). Βασικά τουριστικά μεγέθη της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://insete.gr/periferieies/>, (Προσπελάστηκε 5/6/2022).





Διάγραμμα 20: Σύνολο Διακινηθέντων στο λιμάνι της Πάτμου, 2016-2021  
 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

Τα λιμάνια της Πάτμου και της Ρόδου φαίνεται να προσελκύουν τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια όλα τα έτη και κυρίως μετά το 2016. Το 2021 από τα 284 κρουαζιερόπλοια που προσέγγισαν λιμάνια των Δωδεκανήσων, τα 276 αφορούσαν την Πάτμο και τη Ρόδο.<sup>72</sup>

Λιμάνι		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ρόδου	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	373	314	340	299	248	210	258	14	195
	Αριθμός αφίξεων	409,991	311,182	342,063	314,689	274,903	237,808	308,194	8,334	130,516
Πάτμου	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	177	156	192	147	136	124	156	6	81
	Αριθμός αφίξεων	113,339	109,429	124,476	91,785	110,878	103,126	112,721	468	21,804
Κω	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	86	79	41	41	16	10	19	1	4
	Αριθμός αφίξεων	64,756	42,040	18,277	19,222	6,451	4,153	5,150	60	757
Σύμης	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	16	48	36	30	10	17	22	2	4
	Αριθμός αφίξεων	3,715	24,050	16,728	14,206	5,580	6,669	9,386	106	574
Καλύμνου	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	0	0	0	0	0	0	1	0	0
	Αριθμός αφίξεων	0	0	0	0	0	0	47	0	0
Αστυπάλαιας	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	0	0	0	0	0	0	4	0	0
	Αριθμός αφίξεων	0	0	0	0	0	0	1,512	0	0
Σύνολο Δωδεκανήσων	Αριθμός Κρουαζιερόπλοιων	652	597	609	517	410	361	460	23	284
	Αριθμός αφίξεων	591,801	486,701	501,544	439,902	397,812	351,756	437,010	8,968	153,651

Πίνακας 25: Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια των Δωδεκανήσων, 2013-2021  
 Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)

Η Daily Telegraph (2022) παρουσιάζει τις καλύτερες κρουαζιέρες του κόσμου για το 2022 και προτρέπει τους αναγνώστες της να επιλέξουν την Πάτμο και την Αθήνα έτσι ώστε να απολαύσουν την αυθεντικότητα με την πολυτέλεια διασχίζοντας το Αιγαίο. Στην ίδια λίστα

<sup>72</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2022). Βασικά τουριστικά μεγέθη της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://insete.gr/periferieies/>, (Προσπελάστηκε 5/6/2022).

περιλαμβάνονται 20 κορυφαίοι προορισμοί κρουαζιέρας για το 2022, μεταξύ των οποίων η Μεγάλη Βρετανία, η Ολλανδία, ο Καναδάς και η Νορβηγία.<sup>73</sup>

Με βάση τη μελέτη του INSETE (2020)<sup>74</sup>, μπορούμε να αντλήσουμε στοιχεία για το προφίλ του επισκέπτη της Πάτμου, ως νησί του Νοτίου Αιγαίου. Δυστυχώς δεν υπάρχουν διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία που να επικεντρώνονται μόνο στο νησί της Πάτμου. Σύμφωνα, λοιπόν, με την διαθέσιμη μελέτη οι κύριες αγορές είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, οι ΗΠΑ, η Ρωσία, η Σκανδιναβία, η Ιταλία και γενικότερα οι γερμανόφωνες και γαλλόφωνες χώρες. Αγορές προς αξιοποίηση αποτελούν η Τουρκία, το Ισραήλ, η Πολωνία και η Κίνα. Μία πιο αναλυτική περιγραφή έχουμε στον παρακάτω πίνακα:

Κύρια Αγορά	Προφίλ	Εποχικότητα	Δραστηριότητες	Διαμονή	Τμήματα Αγοράς
Ιταλία	Απαιτητικοί στην ποιότητα	Ιούλιος-Αύγουστος	Χαλάρωση	Χαμηλό κόστος διαμονής & all-inclusive	Ζευγάρια 35-44
	Χαμηλό κόστος		Ανακάλυψη τοπίου		Ζευγάρια 55-64
Γαλλία	Βαρύτητα σε φαγητό και ποτό	Αύγουστος	Χαλάρωση	All inclusive	Οικογένειες 45-64
		Μάιος-Σεπτέμβριος	Ηλιοθεραπεία		Ζευγάρια 35-44
		Ανακάλυψη τοπίου & επίσκεψη αξιοθέατων			
ΗΠΑ	Πλούσιες εμπειρίες και συναρπαστικές μορφές ψυχαγωγίας	Ιούλιος-Σεπτέμβριος	Επίσκεψη αξιοθέατων και αγορών	Προτίμηση για διεθνή brands ξενοδοχείων	Οικογένειες 45-64
Ην. Βασίλειο	Ασφάλεια	Μάιος-Σεπτέμβριος	Χαλάρωση & Ηλιοθεραπεία	All inclusive	Οικογένειες & Ζευγάρια 25-64
	Σχέση τιμής-ποιότητας		Ανακάλυψη τοπίου		
Γερμανία	Χαμηλό κόστος	Μάιος-Ιούνιος	Χαλάρωση & Ηλιοθεραπεία	Ξενοδοχεία	25-64
	Χαλάρωση και αξιοθέατα	Σεπτέμβριος	Κολύμπι		35-44
	Απαιτητικοί επισκέπτες		Ανακάλυψη τοπίου & επίσκεψη αξιοθέατων		
Ολλανδία	Κράτηση νωρίς	Μάιος-Σεπτέμβριος	Χαλάρωση & Ηλιοθεραπεία	Ξενοδοχεία	Οικογένειες 45-64
	74% online booking		Κολύμπι		Ζευγάρια 35-44
Σκανδιναβία	Κράτηση 1 μήνα και 4-6 μήνες πριν	Μάιος-Σεπτέμβριος	Επίσκεψη αξιοθέατων και αγορών	Προτίμηση για διεθνή brands ξενοδοχείων	Οικογένειες 55-64
					Νέοι 20-30
Τουρκία	Κράτηση έως 1 μήνα πριν	Μάιος-Σεπτέμβριος	Χαλάρωση-Κολύμπι	Ξενοδοχεία	Οικογένειες 55-64
			Απόλαυση φαγητού και ποτού & αγορές	All inclusive	Ζευγάρια 25-34
			Επίσκεψη σε αξιοθέατα/εκδρομές		

Πίνακας 26: Σύνοψη προφίλ επισκεπτών Νοτίου Αιγαίου

Πηγή: INSETE (2020: 12)

Η ίδια μελέτη χαρακτηρίζει την Πάτμο ως rising star island, με αξιοσημείωτα μνημεία πολιτιστικού και θρησκευτικού ενδιαφέροντος. Η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα, η χαρακτηριστική αρχιτεκτονική, η τοπική κουζίνα, τα μοναδικής αξίας μνημεία, η αυθεντικότητα αναδεικνύουν την Πάτμο σε ιδανικό προορισμό για Lifestyle και Cultural Sun & Beach προορισμό για ζευγάρια κάθε ηλικίας και οικογένειες ηλικίας 35-45 (INSETE, 2020).

Αναζητώντας στο διαδίκτυο με το εργαλείο της Google, μπορούμε να έχουμε μία προσεγγιστική εικόνα των προμηθευτών του νησιού, όπως αυτοί καταγράφονται στον πίνακα 27.

<sup>73</sup> Macefield S. (2022). *The 20 best cruises to book in 2022*, The Telegraph. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.telegraph.co.uk/travel/cruises/articles/best-cruises-book-uk-coast-mediterranean-city-river-2022/>. (Προσπελάστηκε 14/10/2022).

<sup>74</sup> INSETE (2020). *Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου Οδικός Χάρτης 2015-2020*, 1-48. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK\\_MRKTNG-PLAN-NOTIOY-AIGAIOY\\_compressed.pdf](#). (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

<i>Εστιατόρια</i>	80
<i>Καφέ</i>	27
<i>Bar</i>	23
<i>Beach Bar</i>	7
<i>Super Market</i>	5
<i>Κάβα ποτών</i>	3
<i>Βενζινάδικα</i>	2
<i>Τράπεζες</i>	2
<i>ATM's</i>	6
<i>ΕΛΤΑ</i>	1
<i>Κέντρο Υγείας</i>	1
<i>Φαρμακεία</i>	2
<i>Parking</i>	3
<i>Ταξί</i>	Ραδιοταξί και στάση στην Σκάλα
<i>Λεωφορεία</i>	Από Σκάλα για Χώρα και Κάμπο
<i>Ενοικιάσεις αυτοκινήτων</i>	16
<i>Ταξιδιωτικά γραφεία</i>	2
<i>Yatching</i>	6

Πίνακας 27: Προμηθευτές στο νησί της Πάτμου  
Πηγή: Vrisko.gr, Google.com

### 3.4.3 Θρησκευτικός Τουρισμός

Το 1937 βλέπουμε να χρησιμοποιείται για πρώτη φορά από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών, ο όρος θρησκευτικός τουρισμός (Inskeep, 1991). Πιο πρόσφαρα, τον Δεκέμβριο του 2018, ψηφίζεται ο νόμος 4582/2018 «Θεματικός τουρισμός - Ειδικές μορφές τουρισμού - Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης - Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις». Στο άρθρο 15 ορίζεται ο θρησκευτικός – προσκυνηματικός τουρισμός ως <sup>75</sup>:

- α ) η τουριστική δραστηριότητα που σχετίζεται με το ατομικό ή ομαδικό ταξίδι σε τόπους και μνημεία, μονές και ναούς που σχετίζονται με την θρησκευτική ιστορία και εξέλιξη, για λόγους θρησκευτικού, πολιτιστικού και εκπαιδευτικού ενδιαφέροντος,
- β) προσκυνηματικές επισκέψεις, συμμετοχή σε θρησκευτικές τελετές, εκπλήρωση τάματος, τη γενικότερη έκφραση της λατρευτικής πίστης και της εσωτερικής αναζήτησης (Travel News, 2019).

Ωστόσο, πέρα από τα θρησκευτικά του καθήκοντα και ενδιαφέροντα, ο θρησκευτικός τουρίστας, ως ένας τυπικός καταναλωτής, χρειάζεται να καλύψει την ανάγκη για κατάλυμα και διατροφή κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, συνεισφέροντας στην οικονομία του τόπου που επισκέπτεται.

Σύμφωνα με τον Βελισσαρίου (2000), «ο θρησκευτικός τουρισμός ως ειδική μορφή χαρακτηρίζεται από ένα σύνολο τουριστικών δράσεων οι οποίες δεν χαρακτηρίζονται από μαζικότητα, ενώ συνδέονται με μία ειδικότερη κατηγορία τουριστών – επισκεπτών. Ως ειδική

<sup>75</sup> Ν. 4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 (2018). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-phok-208a-11-12-2018.html>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

μορφή τουρισμού φέρει ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα, τα πιο σημαντικά των οποίων είναι ότι χαρακτηρίζεται από ένα κίνητρο, ότι απευθύνεται σε μία συγκεκριμένη μερίδα της αγοράς, ότι χαρακτηρίζεται από μία οργάνωση προσαρμοσμένη στις εκάστοτε ειδικές ανάγκες και ότι χρειάζεται μία κατάλληλη υποδομή για την ικανοποίηση των προαναφερόμενων ειδικών αναγκών».

Το κίνητρο σε αυτή την περίπτωση είναι η συνειδητή επιλογή επίσκεψης ενός θρησκευτικού χώρου προς ευχαρίστηση των πνευματικών αναγκών. Η σκιαγράφηση του θρησκευτικού τουρίστα φανερώνει ένα προφίλ μέσης και ανώτερης εισοδηματικής τάξης, περιλαμβάνει κυρίως οικογένειες με παιδιά, με προτίμηση στο οργανωμένο και ομαδικό ταξίδι. Στοιχεία που χαρακτηρίζουν επίσης τον θρησκευτικό τουρίστα είναι η ευσέβεια στις τοπικές κοινωνίες και η ισχυρή πίστη του, η οποία τον παρακινεί να επισκεφτεί χώρους συνδεδεμένους με τη θρησκεία (Vukonic, 1996).

Λαμβάνοντας υπόψιν το αβέβαιο περιβάλλον και τις παγκόσμιες προκλήσεις, η προσοχή στρέφεται σε πιο ανθεκτικές μορφές τουρισμού. Σε αυτές περιλαμβάνεται ο θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός, ο οποίος σύμφωνα με τον αναπληρωτή καθηγητή Θεολογίας του ΑΠΘ Χρήστος Τσιρώνης παραμένει ζωντανός παρά τις αντίξοες συνθήκες. Αυτό συμβαίνει καθώς ο δεσμός μεταξύ επισκέπτη και χώρου είναι ισχυρός και το κίνητρο επίσκεψης διατηρείται ακόμη και σε περιόδους κρίσης. Η Ελλάδα αποτελεί προνομιακό προορισμό για τον θρησκευτικό τουρισμό, αν κανείς συλλογιστεί το πλήθος των τόπων που συνδέονται με αυτόν, όπως είναι το Άγιος Όρος, τα Μετέωρα, η Τήνος και η Πάτμος.<sup>76</sup>

Μερικά από τα σπουδαιότερα προσκυνήματα και μοναστήρια της Ελλάδας είναι (Discover Greece, 2022)<sup>77</sup>:

- Τα «Βήματα του Αποστόλου Παύλου» αποτελεί μία διαδρομή στα χνάρια του λεγόμενου «Αποστόλου των εθνών» που διέδωσε τη χριστιανική θρησκεία στην Ελλάδα. Το ταξίδι αυτό ξεκίνησε από τη Σαμοθράκη και συνεχίστηκε στην Καβάλα, τους Φιλίππους, τη Θεσσαλονίκη, τη Βέροια, την Αθήνα και την Κόρινθο, όπου κτίστηκε ναός προς τιμή του.
- Η χερσόνησος του Άθω φιλοξενεί 20 ανδρικά μοναστήρια, τα οποία λειτουργούν ως ανδρώα ιερά κοινόβια. Σήμερα στο Άγιον Όρος σήμερα ζουν περίπου 1.600 μοναχοί, κατά κύριο λόγο Έλληνες.
- Στα Μετέωρα ο ασκητισμός ξεκίνησε τον 11ο αιώνα. Σήμερα παραμένουν ενεργές έξι μονές.
- Άγιος Ιωάννης Θεολόγος, Πάτμος: στο νησί που αποκαλείται και «Ιερουσαλήμ του Αιγαίου» φυλάσσονται θησαυροί ανυπολόγιστης αξίας.
- Μοναστήρι Οσίου Λουκά Στειριώτη, Βοιωτία: πολλοί το αποκαλούν και «μικρή Αγία Σοφία», χαρακτηριστικό μνημείο της μεσοβυζαντινής εποχής στην Ελλάδα.
- Μονή Δαφνίου: κατέχει μία ακόμα θέση στον κατάλογο με τα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco.
- Νέα Μονή Χίου
- Μυστράς
- Παναγία της Τήνου: με χιλιάδες επισκέπτες να προσκυνούν κάθε χρόνο την θαυματουργή εικόνα της Μεγαλόχαρης, ειδικότερα τον Δεκαπενταύγουστο.
- Παναγία Εκατονταπυλιανή, Παροικιά Πάρου

<sup>76</sup> *Θρησκευτικός τουρισμός: Ανθεκτικός στον κορωνοϊό – Προτάσεις για την επόμενη ημέρα στην Ελλάδα* (2022, 6 Δεκεμβρίου), Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1666749>, (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

<sup>77</sup> Discover Greece, *Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.discovergreece.com/el/travel-ideas/cover-story/most-important-religious-sites-greece>. (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

- Παναγία Χοζοβιώτισσα, Αμοργός: χτισμένη σε κάθετους βράχους με θέα στο απέραντο Αιγαίο πέλαγος.
- Παναγία Σουμελά

#### 3.4.4 Ενσυνείδητος (mindful) τουρισμός

Με απλά λόγια, η ενσυνειδητότητα (mindfulness) μπορεί να οριστεί ως «μια προσέγγιση για την αύξηση της επίγνωσης και της επιδέξιας ανταπόκρισης σε ψυχικές διεργασίες που συμβάλλουν στη συναισθηματική δυσφορία και δυσπροσάρμοστη συμπεριφορά» (Bishop et al., 2006, 230). Ως εκ τούτου, η ενσυνειδητότητα γίνεται αντιληπτή με διάφορους τρόπους, είναι μια θεραπεία, μια τεχνολογία ή μια επιλογή τρόπου ζωής και είναι παρούσα παντού, σε σχολεία, πανεπιστήμια, στρατιωτικές εγκαταστάσεις, κοινοβούλια (Kabat-Zinn, 2014). Έχει γίνει δημοσίως αναγνωρισμένη ως μέσο για τη θεραπεία των πολλαπλών ασθενειών των σύγχρονων κοινωνιών (Kristensen, 2018). Στον τομέα του τουρισμού, η ενσυνειδητότητα έχει αναγνωριστεί για τις ευεργετικές επιδράσεις στην τουριστική ευημερία και τις μετασχηματιστικές επιρροές στις τουριστικές εμπειρίες (Chen et al., 2017; Kirwin et al., 2019; Loureiro et al., 2019), καθώς τον αντίκτυπο στη βιωσιμότητα του κλάδου και στην απόδοση των εργαζομένων του (Jang et al., 2020; Lengyel, 2018).<sup>78</sup>

Η πρακτική γνώση του προφίλ των mindful τουριστών και του τρόπου συμπεριφοράς τους στις πραγματικές τουριστικές καταστάσεις είναι σπάνια (Chen et al., 2017). Σύμφωνα με τους Loureiro et al. (2019, 4) οι mindful τουρίστες είναι «... αυτοί που δίνουν προσοχή στην παρούσα στιγμή (όχι το παρελθόν ή το μέλλον), παρακολουθώντας τις πραγματικές σωματικές αισθήσεις που ζουν στον προορισμό με έναν ανοιχτό, μη αντιδραστικό και όχι επικριτικό τρόπο, παρά σαν τουρίστες που αποδέχονται τα τωρινά συναισθήματα και τις σκέψεις τους».

Από τη σκοπιά του ενσυνείδητου τουρίστα, η παροχή υπηρεσιών ενσυνειδητότητας στον τομέα του τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί ως μια γνήσια χειρονομία ειλικρινούς φροντίδας για την ευημερία των καταναλωτών, με σεβασμό στις προσωρινές ανάγκες των σύγχρονων καταναλωτών, δημιουργώντας χώρο για τη βελτίωση της πίστης των καταναλωτών (Stankov & Filimonau, 2019a). Ταυτόχρονα, οι ενσυνείδητοι καταναλωτές μπορούν να συνειδητοποιήσουν περισσότερο τις κοινωνικές επαφές (Kang & Gretzel, 2012), κάτι που θα τους ωθούσε να παρέχουν πιο γνήσια και ειλικρινή σχόλια για τις τουριστικές υπηρεσίες που ελήφθησαν (Stankov et al., 2020).

Πολλοί επισημαίνουν τη μετασχηματιστική δύναμη του mindfulness και υποστηρίζουν ότι η μεγαλύτερη ενσυνειδητότητα μπορεί να αποδειχθεί θεραπευτική για τα κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα μιας παγκόσμιας κοινωνίας (Gotojones, 2013; Wamsler et al., 2018; Wilson & Pile, 2015). Ωστόσο, οι μετασχηματιστικές δυνατότητες και επιρροές του κινήματος αυτού στην τουριστική βιομηχανία είναι ακόμα υπό εξέταση (Stankov et al., 2020).

Μια μεταπανδημική τουριστική βιομηχανία θα μπορούσε να επωφεληθεί από πιο συνειδητοποιημένους καταναλωτές που έχουν μεγαλύτερη επίγνωση των ασυνείδητων συμπεριφορών τους, των προτύπων αγορών και μία αυξημένη ικανότητα αντίστασης στην υπόσχεση της ψευδούς ευτυχίας. Έτσι, υποθέτουμε ότι οι mindful τουρίστες θα απασχολούνται περισσότερο με το ζήτημα της ευτυχίας και είναι πιθανό ότι θα έχουν

<sup>78</sup> Stankov U., Filimonau V. & Miroslav D. Vujičić (2020). *A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world*, *Tourism Geographies*, 22:3, 703-712.

μεγαλύτερη αυτογνωσία για το παραπλανητικό τουριστικό μάρκετινγκ (Ivakhin, 2003). Υπό αυτή την έννοια, παραδοσιακές προσεγγίσεις στο τουριστικό μάρκετινγκ μπορεί να τους φαίνονται ασήμαντα. Επομένως, με γνώμονα τον ενσυνείδητο τουρισμό, η τουριστική βιομηχανία θα μπορούσε να περιορίσει την επανάληψη κουραστικών στερεοτύπων προς όφελος μιας πιο ειλικρινούς προσέγγισης, όπως η προώθηση των διακοπών ως μέσου έκφρασης της ποικιλομορφίας της ζωής, της ενεργής συμμετοχής, τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά υπεύθυνα ταξίδια και όχι ως το τελικό προϊόν που μπορεί να εκπληρώσει τα «όνειρα και τις επιθυμίες» των ανθρώπων (Stankov et al., 2018).

Η πανδημία θα μπορούσε να εκληφθεί ως μια ευκαιρία για προσθήκη περισσότερης ποιότητας στις μελλοντικές τουριστικές εμπειρίες, καθιστώντας τις πιο αξέχαστες (Pizam, 2010). Με άλλα λόγια, το ταξίδι θα είναι λιγότερο συχνό, αλλά αυτό ανοίγει τον χώρο για να το κάνει λιγότερο ασήμαντο και πιο πολύτιμο. Πράγματι, οι αναφορές της αγοράς δείχνουν ότι οι τουρίστες μετά την πανδημία θα ζητήσουν περισσότερες βασικές εμπειρίες επιμένοντας στα εγχώρια ταξίδια (stay-cation) και εκτιμώντας περισσότερο τον ποιοτικό χρόνο με φίλους και συγγενείς (Wootton, 2020).

Ο σύγχρονος τουρισμός είναι μια βιομηχανία με γνώμονα την τεχνολογία, που εκτιμά ιδιαίτερα τις εμπειρίες της τεχνολογίας και επιμένει στη χρήση τεχνολογιών αιχμής για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας σε μια ψηφιακή κοινωνία (Cimbaljevic et al., 2019). Ωστόσο, η χρήση της τεχνολογίας καθημερινά και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού προκαλούν διάφορα προβληματικά σενάρια (Dickinson et al., 2016; Pearce & Gretzel, 2012). Πράγματι, ο KabatZinn (2019) τονίζει ότι η συνήθεια να γεμίζεις κάθε στιγμή με νοητικό περιεχόμενο συνεχίζεται ακόμη και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, κάτι που τελικά αφήνει τους ταξιδιώτες ανικανοποίητους.

Το τουριστικό μάρκετινγκ έχει ήδη στραφεί σε υπάρχουσες και νέες εικονικές λύσεις για να ικανοποιήσει την επιθυμία των ανθρώπων για ταξίδι. Ωστόσο, για τους περισσότερους τουρίστες, παρά τις προόδους στις οπτικές και καθηλωτικές τεχνολογίες (Wagler & Hanus, 2018), ο εικονικός τουρισμός θα μπορούσε να εξυπηρετήσει απλώς ως προσωρινή λύση, όχι ως βιώσιμο υποκατάστατο του ταξιδιού. Η τουριστική βιομηχανία και οι ακαδημαϊκοί γνώριζαν αυτό το γεγονός ακόμη και πριν από την πανδημία, παραδεχόμενοι ότι η υπερβολική εξάρτηση των τουριστικών εμπειριών από την ψηφιακή τεχνολογία έπρεπε να αντιμετωπιστεί προσεκτικά, περιορίζοντας τη χρήση της (Dickinson et al., 2016).<sup>79</sup>

Μερικοί από τους διασημότερους travel bloggers εξηγούν και δίνουν χαρακτηριστικά στοιχεία του mindful τουρισμού<sup>80</sup>:

Mariellen Ward, εκδότρια τους Breathedreamgo: “Όταν είστε ανοιχτοί, συνειδητοποιημένοι και συνδεθείτε με τους ντόπιους και τον πολιτισμό, ασκείτε αυτό που αποκαλώ mindful travel. Και τότε ακριβώς είναι που μπορεί να συμβεί η μαγική στιγμή. Και, στο τέλος, πιστεύω ότι αυτές οι εμπειρίες είναι ανεκτίμητες... και πραγματικά κάνουν τις ζωές μας πλούσιες.”

Philippa Kaye, ιδρύτρια του Indian Experiences: “Με την κουλτούρα του selfie και Instagram ταξιδιού, το ταξίδι έγινε απίστευτα εγωιστικό και αυτό πρέπει να αλλάξει. Πρέπει να σκεφτούμε, όχι μόνο τον αντίκτυπο που έχει το ταξίδι σε εμάς, αλλά και τον αντίκτυπο που έχουμε στις κοινότητες στις οποίες ταξιδεύουμε.”

<sup>79</sup> Stankov U., Filimonau V. & Miroslav D. Vujičić (2020). *A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world*, *Tourism Geographies*, 22:3, 703-712.

<sup>80</sup> Ward M. (2020). *What is Mindful Travel? 10 Travel bloggers share*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://breathedreamgo.com/what-is-mindful-travel-10-travel-bloggers-share/>. (Προσπελάστηκε 15/10/2022).

Gaurav Bhatnagar, ιδρύτρια του The Folk Tales: “Πιστεύω ότι τα ενσυνείδητα ταξίδια αφορούν την εμπειρία και την παρατήρηση των κοινοτήτων και των πεποιθήσεών τους όπως είναι χωρίς προκατάληψη. Το mindful ταξίδι είναι να αφήσουμε στην άκρη τη δική μας ταυτότητα, το κοινωνικό και οικονομικό μας μέγεθος και το σύστημα ανατροφής και πεποιθήσεών μας. Εάν κάτι δεν ταιριάζει στο πλαίσιο των πεποιθήσεων ή του τρόπου ζωής μας, αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι υπάρχει κάτι λάθος με αυτό. “

Ansoo Gupta ιδρυτής του OneShoe Trust: “Ένας mindful ταξιδιώτης δεν την πατάει με bucket lists, top-ten, must-see, must-do ή τι είναι δημοφιλές στο Google. Ένας mindful ταξιδιώτης είναι πιο εναρμονισμένος με την ιστορία, τη γεωγραφία, τη χλωρίδα, την πανίδα, τα τοπικά προϊόντα, τον τοπικό πολιτισμό και επίσης με τα τοπικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι αυτού του τόπου. Ένας προσεκτικός ταξιδιώτης καταλαβαίνει ότι το ταξίδι δεν αφορά μόνο όμορφες εικόνες και πολυτέλεια. Ότι δεν υπάρχει καλή απάντηση στο "πότε είναι η καλύτερη στιγμή για να πας στο Χ μέρος" ή "πόσες ημέρες είναι αρκετές για να δεις το Υ μέρος". Ένας προσεκτικός ταξιδιώτης είναι πολίτης του κόσμου, βαθιά συνδεδεμένος και ανήσυχος για τον κόσμο, μετακινούμενος από το ένα μέρος στο άλλο ενισχύοντας αυτές τις συνδέσεις. “

Shubham Mansingka, blogger στο TravelShoeBum: ” Ο mindful τουρισμός περιλαμβάνει (αλλά δεν περιορίζεται σε) την κατανάλωση τοπικών τροφίμων, πιθανώς τη διαμονή στο σπίτι ενός ντόπιου, τη δημόσια συγκοινωνία, και μια υγιή πολιτιστική ανταλλαγή, έτσι ώστε και τα δύο μέρη να γνωρίζουν και να σέβονται περισσότερο το ένα το άλλο. Το mindful ταξίδι, με λίγα λόγια, θα σήμαινε την ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων και το να αφήσετε θετικές επιπτώσεις στον προορισμό που επισκέπτεστε. Ιδανικά mindful ταξίδι θα σήμαινε επίσης ανάπτυξη της κοινότητας, σεβόμενος παράλληλα τη φύση, τον πολιτισμό, τα έθιμα και τις παραδόσεις.

### 3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, ανταγωνιστές του υπό εξέταση ξενοδοχείου αποτελούν οι πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες μικρού ή μεσαίου μεγέθους, οι οποίες εφαρμόζουν οικολογικές πρακτικές και εστιάζουν στον ενσυνείδητο (mindful) τουρίστα.

Κατηγορία	5*	4*
Μονάδες	1	1
Δωμάτια	64	3
Κλίνες	175	6

Πίνακας 28: Καταλύματα 4\* και 5\*, Πάτμος  
Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021)

Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*
Ανδρου	Μονάδες	1	2
	Δωμάτια	17	15
	Κλίνες	39	32
Θήρας	Μονάδες	63	101
	Δωμάτια	2,303	2,734
	Κλίνες	4,718	5,445
Καλύμνου	Μονάδες	1	9
	Δωμάτια	64	272
	Κλίνες	175	591
Καρπάθου	Μονάδες	2	14
	Δωμάτια	364	503
	Κλίνες	750	967
Κέας - Κύθνου	Μονάδες	2	1
	Δωμάτια	63	16
	Κλίνες	144	38
Κω	Μονάδες	44	49
	Δωμάτια	10,420	8,310
	Κλίνες	22,241	17,210
Μήλου	Μονάδες	3	7
	Δωμάτια	114	195
	Κλίνες	206	401
Μυκόνου	Μονάδες	59	62
	Δωμάτια	3,051	2,206
	Κλίνες	6,815	4,560
Νάξου	Μονάδες	5	17
	Δωμάτια	202	562
	Κλίνες	430	1,187
Πάρου	Μονάδες	8	21
	Δωμάτια	419	919
	Κλίνες	824	1,706
Ρόδου	Μονάδες	67	135
	Δωμάτια	17,353	20,030
	Κλίνες	35,968	40,694
Σύρου	Μονάδες	4	12
	Δωμάτια	34	471
	Κλίνες	66	900
Τήνου	Μονάδες	0	6
	Δωμάτια	0	331
	Κλίνες	0	630
Σύνολο	Μονάδες	259	436
	Δωμάτια	34,404	36,564
	Κλίνες	72,376	74,361

Πίνακας 29: Καταλύματα 4\* και 5\*, Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου  
Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2022), Αναφορά και επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ Intelligence (2022)



Στο σύνολο της περιφέρειας υπάρχουν 259 ανταγωνιστικές μονάδες 5\* και 436 μονάδες 4\*, ενώ στο νησί της Πάτμου υπάρχει ένα ξενοδοχείο 5\* και ένα ξενοδοχείο 4\* σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021, 2022).<sup>81 82</sup>

Στον παρακάτω πίνακα, έχει γίνει επιλογή των κυριότερων ανταγωνιστών στο νησί της Πάτμου και στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Στην επιλογή των ανταγωνιστών έχει ληφθεί υπόψη η κατηγορία του ξενοδοχείου, το μέγεθος, οι πρακτικές του, το τμήμα πελατών στο οποίο απευθύνονται και η τοποθεσία. Κάποια από τα καταλύματα αυτά βρίσκονται σε νησιά με έντονο θρησκευτικό ενδιαφέρον, όπως η Τήνος και η Πάρος. Έχουν επιλεγθεί καταλύματα στην κατηγορία 3\* έως 5\*, κυρίως με γνώμονα το προϊόν που προσφέρουν και τις πρακτικές που ακολουθούν. Ωστόσο, δεν παρατηρήθηκε μεγάλος αριθμός ανταγωνιστικών καταλυμάτων που να εφαρμόζουν πλήθος πρακτικών βιώσιμου και mindful τουρισμού.

---

<sup>81</sup> Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021). Διαθέσιμο διαδικτυακά στις διευθύνσεις [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2020.pdf](#) , [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑ 2020.pdf](#) (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

<sup>82</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2022). *Βασικά τουριστικά μεγέθη της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://insete.gr/perifereies/> , (Προσπελάστηκε 5/6/2022).

Κατάλυμα	Κατηγορία	Δυναμικότητα	Τοποθεσία	Παροχές	Πρακτικές
<b>Πάγιος</b>					
<i>Patmos Aktis</i>	5*	56	Γροίκος	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσίες Concierge</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•24/7 room service</li> <li>•pool bar, 2 εστιατόρια</li> <li>•spa, γυμναστήριο, parking</li> <li>•εξωτερική πισίνα, εσωτερική πισίνα, παιδική πισίνα</li> <li>•υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•παιδότοπος, φύλαξη παιδιών, πρόσβαση σε ΑΜΕΑ</li> <li>•ενοίκιαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετέρια εσπρέσο, πετσέτες παραλίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ενσωματωμένοι λίθοι της περιοχής στην κατασκευή</li> <li>•Προϊόντα από ντόπιους παραγωγούς ή από τα Δωδεκάνησα σε όλα τα μενού</li> <li>•Περιβαλλοντικές δράσεις όπως καθαρισμός της παραλίας και του βουθού του Γροίκου</li> </ul>
<i>9 Muses</i>	3*	13	Γροίκος	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•24/7 room service</li> <li>•pool bar, snack bar, εστιατόριο</li> <li>•parking</li> <li>•εξωτερική πισίνα</li> <li>•υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος, ενοίκιαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, πετσέτες παραλίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Στρώματα COCO-MAT</li> <li>•Μακριά από τα πλήθη</li> <li>•Παραδοσιακή αρχιτεκτονική, εμπνευσμένη από τον ήλιο και τη θάλασσα</li> <li>•Αρμονία χρωμάτων και υλικών (ξύλο, πέτρα), σύμφωνα με το περιβάλλον</li> </ul>
<i>Latmos 1860</i>	Villas	4	Σκάλα	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•υπηρεσίες αισθητικής ή ενοίκιαση οχημάτων κατόπιν αιτήματος</li> <li>•επιπλωμένοι εξωτερικοί χώροι</li> <li>•βιβλία και επιτραπέζια παιχνίδια</li> <li>•pet friendly</li> <li>•εξοπλισμένη κουζίνα, air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καλωσόρισμα με τοπικά και χειροποίητα προϊόντα</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ζεστή ατμόσφαιρα, οικείο-φιλόξενο περιβάλλον</li> <li>•Παραδοσιακή αρχιτεκτονική με υλικά από το νησί απόλυτα εναρμονισμένη με τα πατινιότικα σπίτια</li> <li>•Βιολογικά προϊόντα περιποίησης, καλωσόρισμα με τοπικά χειροποίητα προϊόντα</li> </ul>
<i>The Petra</i>	5*	11	Γροίκος	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•room service</li> <li>•εξωτερική πισίνα, μπαρ, καφετέρια, εστιατόριο</li> <li>•υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος, ενοίκιαση οχημάτων</li> <li>•μπανιέρα με υδρομασάζ, ιδιωτικό μπαλκόνι, κρυσά για καλωσόρισμα, υπηρεσίες, air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, πετσέτες παραλίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Παραδοσιακή αρχιτεκτονική</li> <li>•Ηλιακά συστήματα</li> <li>•LED φωτισμοί</li> <li>•A-class air-conditioning</li> <li>•Συνεχείς αναβαθμίσεις για ενεργειακά αποδοτικό εξοπλισμό</li> <li>•Διαχείριση αποβλήτων νερού, φυσικά απορρυπαντικά και βιολογικός καθαρισμός πισίνας</li> <li>•Κάδοι ανακύκλωσης</li> <li>•Όλα τα ποτά σερβίρονται σε γυάλινα ποτήρια όχι πλαστικά</li> <li>•Συνεργασία με ντόπιους προμηθευτές και παραγωγούς</li> <li>•To lobby και το εσωτερικό των δωματίων διακοσμούνται με έργα τέχνης Ελλήνων καλλιτεχνών</li> </ul>
<b>Τήνος</b>					
<i>Porto Raphael</i>	3*	26	Άγιος Ιωάννης	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο</li> <li>•Υπηρεσία laundry κατόπιν αιτήματος</li> <li>•καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Room service</li> <li>•μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•εστιατόριο, καφετέρια</li> <li>•parking</li> <li>•εξωτερική πισίνα με υδρομασάζ</li> <li>•κίβκος, βιβλιοθήκη, δωρεάν εφημερίδες και περιοδικά</li> <li>•υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος, ενοίκιαση οχημάτων</li> <li>•κουζίνα, air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, πετσέτες παραλίας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Πιστοποίηση Greek key</li> <li>•Ο επισκέπτης είναι μοναδικός-να ζήσει την αυθεντική εμπειρία του νησιού</li> <li>•Μακριά από τα εμπορικά μέρη αλλά σε κρυμμένες τοποθεσίες, γνήσιες μυροδικές και τοπικές γεύσεις</li> <li>•Όργανικά, τοπικά προϊόντα χρησιμοποιούνται στο μενού του εστιατορίου</li> </ul>

Κατάλυμα	Κατηγορία	Δυναμικότητα	Τοποθεσία	Παροχές	Πρακτικές
<b>Πάρος</b>					
<i>Paros Comfy Suites</i>	4*	14	Νάουσα	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο/λιμάνι</li> <li>•Pet-friendly</li> <li>•Υπηρεσίες Concierge</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Κυθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Εστιατόριο και wine bar</li> <li>•Εξωτερικό γυμναστήριο, parking, boutique</li> <li>•Personal trainer, υπηρεσίες περιποίησης κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Δωρεάν ποδήλατα</li> <li>•Συνίτες με ιδιωτικές πισίνες</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, προϊόντα προσωπικής φροντίδας minibar (δωρεάν 1ο refill), καφετιέρα εσπρέσο και δωρεάν 2 κάψουλες ημερησίως, δώρο 2 θερμό μπουκάλια</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Travel Waste project για τη διαχείριση των πλαστικών και των υδάτινων αποβλήτων</li> <li>•Support &amp; Refill: οι επισκέπτες λαμβάνουν δώρο ένα θερμό και μπορούν να το γυμνώνουν στους σταθμούς μεταλλικού νερού σε διάφορα σημεία του ξενοδοχείου</li> <li>•Οικολογικές χάρτινες βιοδιασπώμενες σακούλες απορριμμάτων</li> <li>•Τα προϊόντα περιποίησης (bath amenities) προσφέρονται σε μεγάλες, επαναγεμιζόμενες συσκευασίες (wall mounted dispensers), καταργούνται τα μικρά μπουκαλάκια, φυσικά υλικά με βάση το λάδι</li> <li>•Προτείνεται η επαναχρησιμοποίηση των πετσών και λινών για δεύτερη μέρα, για μείωση των χημικών και της κατανάλωσης νερού</li> <li>•Δεν χρησιμοποιούνται πλαστικά μπουκάλια νερού</li> <li>•Προϊόν με βάση οργανικά προϊόντα</li> <li>•Στην boutique πωλούνται οργανικά προϊόντα της Petra Farm</li> </ul>
<i>Mythic Paros</i>	5*	40	Αγία Ειρήνη	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Κυθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•24/7 room service</li> <li>•pool bar, sunset bar, εστιατόριο</li> <li>•spa, γυμναστήριο, εξωτερικός χώρος yoga, parking</li> <li>•Εξωτερική πισίνα</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικίαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετιέρα εσπρέσο, πετσέτες παράλιας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Κατασκευή από φυσικά υλικά, σε bohemian-chic style, με σεβασμό στη φύση</li> <li>•Χειροποίητα έπιπλα και διακόσμηση</li> <li>•Φυσικά προϊόντα προσωπικής φροντίδας</li> <li>•Στο μενού χρησιμοποιούνται φρέσκα, τοπικά προϊόντα</li> <li>•Προσφέρει χαλάρωση, αποκατάσταση και επαναφόρτιση με ολιστική προσέγγιση στην ευεξία με mindful πρακτικές, θεραπείες spa και διατροφική καθοδήγηση</li> <li>•Ο χώρος του spa και της γιόγκα βασίζεται σε θεραπευτικές πρακτικές των αρχαίων κόσμων</li> <li>•Διακοπές για τον μοντέρνο νομά που θέλει συνδυασμό πολυτέλειας και ηρεμία της φύσης</li> <li>•Παρέχεται ενοικίαση eco-friendly αυτοκινήτων</li> </ul>
<b>Σαντορίνη</b>					
<i>Vedema</i>	5*	59	Μεγαλόχωρι	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Κυθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•24/7 room service</li> <li>•pool bar, εστιατόριο</li> <li>•spa, γυμναστήριο, boutique, parking</li> <li>•Τα καλά κελάρια έχουν μετατραπεί σε αίθουσες συναντήσεων, wine-tasting, private dining room και εστιατόριο</li> <li>•Εξωτερική πισίνα</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικίαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar (δωρεάν), δωρεάν μπουκάλια νερού, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετιέρα εσπρέσο, πετσέτες παράλιας, τζακούζι</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Υλικά από τον κήπο του ξενοδοχείου χρησιμοποιούνται σε όλα τα μενού</li> <li>•Η γαστρονομική εμπειρία προσφέρεται με γνώμονα τις μηδενικές εκπομπές άνθρακα και με προμήθειες βιολογικών υλικών</li> <li>•Χειροποίητα έργα καλλιτεχνών και αντίκες διακοσμούν τους χώρους</li> <li>•Τα κρασιά που παράγονται εκεί πωλούνται στο ξενοδοχείο και διεθνώς</li> </ul>
<i>Istoria</i>	5*	12	Περίβολος	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Κυθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•24/7 room service</li> <li>•pool bar, εστιατόριο</li> <li>•spa, γυμναστήριο, μαθήματα yoga, parking</li> <li>•Εξωτερική πισίνα</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικίαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετιέρα εσπρέσο, πετσέτες παράλιας, τζακούζι</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Το ξενοδοχείο έχει χτιστεί σε ένα παλιό κτίσμα με 5 στάβλους που ο ιδιοκτήτης φιλόσοφει τα αλογά του. Το κτίριο διατηρεί τα στοιχεία του παλιού κτίσματος στο εσωτερικό των δωματίων.</li> <li>•Οργανικά και τοπικά προϊόντα χρησιμοποιούνται σε όλα τα μενού αλλά και στις θεραπείες του spa</li> </ul>
<b>Κέα</b>					
<i>Kea Retreat</i>	4*	8	Παραλία Ψάθι	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσίες Concierge</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Κυθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Εστιατόριο, bar, pool bar, snack bar δίπλα στην πισίνα</li> <li>•Κήπος, ελαιώνας και αμπελώνας</li> <li>•spa, γυμναστήριο, parking</li> <li>•Εξωτερική πισίνα</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικίαση οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετιέρα εσπρέσο, πετσέτες παράλιας</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Με απόλυτο σεβασμό στη φυσική οικολογία, τα καταλύματα αντικαθιστούν τις παραδοσιακές ελληνικές πέτρινες αγροικίες</li> <li>•Μία τυπική επίσκεψη περιλαμβάνει γιόγκα, διαλογισμό και χορό σε συνδυασμό με δραστηριότητες στη φύση όπως πεζοπορία ή καγιάκ.</li> <li>•Ομοδικό δείπνο στην ταβέρνα της οικογένειας του Kea Retreat</li> <li>•Πετσέτες, παρόε, ρόμπες και σαπούνια τοπικής παραγωγής και παραδοσιακής σχεδίασης</li> <li>•Ο χώρος είναι γεμάτος με σχέδια και έργα τέχνης φτιαγμένα από τεχνίτες από όλη την Ελλάδα</li> <li>•Μενού με φρέσκα βιολογικά προϊόντα από το αγρόκτημα, ντόπιους αγρότες και γαρνάδες, το οποίο αλλάζει καθημερινά, αναλόγως με τα προϊόντα της εποχής</li> </ul>

Κατάλυμα	Κατηγορία	Δυναμικότητα	Τοποθεσία	Παροχές	Πρακτικές
<b>Αμοργός</b>					
Aegialis Hotel & Spa	5*	55	Αιγάλη	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσίες Concierge</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•Καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Εστιατόριο, pool bar με κουζίνα της Αμοργού, ντόπια βιολογικά προϊόντα και ελληνικά κρασιά</li> <li>•Yoga retreats, βόλτα με γαιδουράκια, γεωγνωσία κρασιού, καταδύσεις, μαθήματα χορού, αερογραφία</li> <li>•Spa, τζακούζι, γυμναστήριο, parking</li> <li>•Εξωτερική πισίνα</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικιασίο οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετέρια εσπρέσο, πετσέτες παραλίας, ποτό καλωσορίσματος</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Πρόγραμμα επαναχρησιμοποίησης πετσετών / λευκών ειδών</li> <li>•Σύστημα βιολογικής επεξεργασίας νερού στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου</li> <li>•Πλυντήρια ρούχων ENERGY STAR</li> <li>•Εξωτερικά παράθυρα είναι με διπλά τζάμια</li> <li>•Θέρμανση του νερού στα δωμάτια, της εσωτερικής πισίνας - τζακούζι και των εγκαταστάσεων του Spa με ηλιακή θέρμανση</li> <li>•Αυτόματοι διακόπτες φωτισμού</li> <li>•Συσκευές γρήγορου σαπουνιού που ξαναγεμίζουν</li> <li>•Πρόγραμμα ανακύκλωσης για γυαλί, λάδι τηγανίσματος και υπολείμματα γευμάτων</li> <li>•Εκπαίδευση προσωπικού στην εφαρμογή καθημερινών οικολογικών πρακτικών</li> <li>•Υλικά από τον κήπο και από παραγωγούς στην Αμοργό. Πιστοποίηση «AegeanCuisine». Στο εστιατόριο σερβίρεται κουζίνα από την Αμοργό, με ντόπια βιολογικά προϊόντα και ελληνικά κρασιά</li> <li>•Συνεργασία με τοπική φιλανθρωπική οργάνωση με δωρεές επίπλων, τροφίμων και ηλεκτρονικών συσκευών</li> <li>•Αυτόματη απενεργοποίηση εξοπλισμού ψύξης/ θέρμανσης με ανοιχτά παράθυρα</li> </ul>
<b>Σίφνος</b>					
Voya Sifnos Mindful Stay	4*	7	Καμάρες	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Υπηρεσία laundry</li> <li>•12h room service</li> <li>•Καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Snack bar</li> <li>•private pools</li> <li>•Υπηρεσίες αισθητικής κατόπιν αιτήματος</li> <li>•Ενοικιασίο οχημάτων</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, minibar, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, καφετέρια εσπρέσο...</li> </ul>	<p>Το Voya Sifnos δίνει προτεραιότητα στις αισθήσεις του επισκέπτη. Οι εξαιτομικεμένες υπηρεσίες συνδυάζονται με την ηρεμία και τα αυθεντικά αρώματα της φύσης. Σε όλα τα δωμάτια υπάρχουν κρεβάτια της εταιρείας Cocomat από φυσικά υλικά, αυθεντικά έργα τέχνης του Pascaline Bossu, και χειροποίητα φωτιστικά, βάζο και διακοσμητικά.</p>
<b>Ρόδος</b>					
Spirit of the Knights	4*	6	Παλιά Χώρα	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Early-γρήγορο check-in / check-out κατόπιν διαθεσιμότητας</li> <li>•Μεταφορά από και προς το λιμάνι</li> <li>•Καθημερινή καθαριότητα δωματίων</li> <li>•Snack bar, μενού διαμορφωμένο από διατροφολόγο</li> <li>•Κήπος με εξωτερικό τζακούζι</li> <li>•Βιβλιοθήκη</li> <li>•Υπηρεσίες massage και yoga κατόπιν αιτήματος</li> <li>•air-conditioning, τηλεόραση, wifi, safe box, προϊόντα προσωπικής φροντίδας, πετσέτες θαλάσσης</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Φυσικά υλικά κατασκευής και καθημερινού καθαρισμού</li> <li>•Ήλιακη ενέργεια για θέρμανση νερού</li> <li>•Όλα τα δάπεδα είναι στρωμένα με ξύλινα, μάρμαρο, πέτρα ή θαλάσσια βότσαλα</li> <li>•Αντιαλλεργικά στρώματα, μαξιλάρια και παπλώματα από την Coco-Mat.</li> <li>•Τα λινά είναι από φυσικό βαμβάκι</li> <li>•Η ήλιακη ενέργεια χρησιμοποιείται για τον εξωτερικό φωτισμό</li> <li>•Ειδικά σχεδιασμένος φωτισμός κατασκευασμένος από ντόπιους τεχνίτες χρησιμοποιώντας φυσικό γυαλί</li> </ul>

Πίνακας 30: Ανταγωνιστικές μονάδες του υπό εξέταση καταλύματος στην Πάτμο και στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

Πηγή: Google.gr, Booking.gr

## 3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

### 3.6.1 PESTLE ANALYSIS

#### i. Πολιτικοί Παράγοντες

Σύμφωνα με τη Moody's, βασικό στοιχείο για το πιστωτικό προφίλ της χώρας αποτελούν οι εκλογές του επόμενου έτους. Υποστηρίζει πως η Ελλάδα έχει καταγράψει μία από τις μεγαλύτερες ανακάμψεις από την πανδημία σε σχέση με την Ευρώπη. Ο τουριστικός τομέας, οι επενδύσεις και η εγχώρια κατανάλωση θα ωθήσουν την αύξηση του πραγματικού ΑΕΠ, το οποίο όμως θα ακολουθήσει μία επιβράδυνση το 2023.<sup>83</sup>

Το πολιτικό περιβάλλον διατηρείται σε σταθερό επίπεδο από τις εκλογές του 2019, οι οποίες ανέδειξαν την πρώτη μονοκομματική κοινοβουλευτική πλειοψηφία από το 2009. Παρόλα αυτά, η θητεία αυτής της κυβέρνησης λήγει το επόμενο έτος και οι αλλαγές που εισήγαγε η προηγούμενη κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ το 2016 σχετικά με την κατάργηση των εδρών μπόνους και την εισαγωγή ενός συστήματος αναλογικής εκπροσώπησης, καθιστούν απίθανο κάποιο μεμονωμένο κόμμα να αποκτήσει απόλυτη πλειοψηφία στις επόμενες εκλογές.

<sup>83</sup> EEA.gr (2022). *Ο οίκος Moody's για οικονομία και πολιτικό περιβάλλον*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.eea.gr/arthra-eea/o-oikos-moodys-gia-oikonomia-kai-politiko-perivallon/>, (Προσπελάστηκε 30/9/2022).

Επομένως, η Moody's προβλέπει δεύτερο γύρο εκλογών και αρκετές εβδομάδες προκειμένου να σχηματιστεί κυβέρνηση. Με βάση τις πρόσφατες δημοσκοπήσεις, το κόμμα της Νέας Δημοκρατίας του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη βρίσκεται σε σταθερή πτώση από το 48% στα μέσα του 2020 σε περίπου 36% σήμερα. Το ΚΙΝΑΛ/ΠΑΣΟΚ έχει σημειώσει αύξηση από 10% σε σχεδόν 13% και το κόμμα του Αλέξη Τσίπρα, ο ΣΥΡΙΖΑ, κυμαίνεται γύρω στο 27%. Με βάση αυτούς τους υπολογισμούς, η απόκτηση πλειοψηφίας αλλά και η συμμαχία θα είναι πολύ δύσκολη, ιδιαίτερα μετά το σκάνδαλο υποκλοπών του ηγέτη του ΚΙΝΑΛ/ΠΑΣΟΚ, που θα εμποδίσει τον συνασπισμό μεταξύ της ΝΔ και του ΚΙΝΑΛ. Οι δεύτερες εκλογές είναι ένα πολύ πιθανό σενάριο, με τις οποίες θα επανέλθουν οι μπόνους έδρες μετά από νομοθετική ρύθμιση της ΝΔ το 2020.

Στο τέλος του 2021, το δημόσιο χρέος διαμορφώνεται στο 193,3% του ΑΕΠ και προβλέπεται ονομαστική αύξηση του ΑΕΠ και πρωτογενή πλεονάσματα από το 2023 και έπειτα, τα οποία θα οδηγήσουν σε περαιτέρω μείωση του χρέους στο 154% έως το 2026.

## ii. Οικονομικοί Παράγοντες

### Δημοσιονομικά στοιχεία

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (2022), το διάστημα Ιανουαρίου - Μαρτίου 2022 το ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 7% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Η συνολική τελική καταναλωτική δαπάνη αυξήθηκε κατά 2,5% συγκριτικά με το προηγούμενο τρίμηνο (4ο του 2021). Οι ακαθάριστες επενδύσεις παγίου κεφαλαίου παρουσίασαν αύξηση κατά 3,7% και οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών παρουσίασαν μείωση κατά 3,6% σε σχέση με το 4ο τρίμηνο του 2021.

Οι επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία του πολέμου στην Ουκρανία παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα, καθώς αυτές θα είναι ορατές σταδιακά σύμφωνα με τους αναλυτές. Η αρχική πρόβλεψη για ρυθμό ανάπτυξης 4,5% αναθεωρήθηκε στο 3.1%. Σημαντικά υψηλότερη ανάπτυξη σε σχέση με τον μέσο όρο της Ευρωζώνης προβλέπει η Κομισιόν για την Ελλάδα, σε ποσοστό 4% έναντι του μέσου όρου 2,6%. Για το 2023, η Κομισιόν εκτιμά ότι η ελληνική οικονομία θα αναπτυχθεί με ρυθμό 2,4%.

Η συμβολή του τουρισμού αναμένεται να αντισταθμίσει τις απώλειες από τις αρνητικές επιπτώσεις του πολέμου στην Ουκρανία κατά το β' τρίμηνο του 2022. Άλλωστε τα πρώτα στοιχεία μαρτυρούν υψηλή τουριστική κίνηση τον Ιούνιο, σε ορισμένες περιοχές στο 90%. Σύμφωνα μάλιστα με τον πρόεδρο της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, Γρηγόρη Τάσιο, φέτος τα τουριστικά έσοδα εκτιμάται να φτάσουν τα 15 δισ. ευρώ, ποσό που αντιστοιχεί στο 80% των εσόδων του 2019 και συμβαδίζει με τις προβλέψεις του οικονομικού επιτελείου.<sup>84</sup>

Μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις του πολέμου στην Ουκρανία για την Ευρώπη αποτελούν οι πληθωριστικές πιέσεις και οι υψηλές τιμές ενέργειας. Η εκτίμηση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον πληθωρισμό στην Ελλάδα το 2022 αγγίζει το 8,9% από 6,3% που προέβλεπε την άνοιξη, για να αρχίσει να υποχωρεί σταδιακά το 2023 και να φτάσει στο 3,5% έναντι πρόβλεψης για 1,9% το Μάιο. Σε επίπεδο ευρωζώνης εκτιμάται ότι ο πληθωρισμός θα αυξηθεί φέτος στο 7,6% για να υποχωρήσει στο 4% το 2023. Η διατήρηση του πληθωρισμού σε υψηλά επίπεδα είναι πιθανό να βάλει φρένο στη δημιουργία θέσεων

<sup>84</sup> Αλεξοπούλου Ρ. (2022). *ΑΕΠ: Με ρυθμό 7% «έτρεξε» η ελληνική οικονομία το α' τρίμηνο 2022*, Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1870499/aep-me-ruthmo-7-etrekse-i-elliniki-oikonomia-to-a-trimino-2022>, (Προσπελάστηκε 25/6/2022).

εργασίας, λόγω της μικρότερης παραγωγής σε τομείς που επηρεάζονται από το υψηλό κόστος των εισροών και χαμηλότερες δαπάνες των νοικοκυριών.<sup>85</sup>

Στο πλαίσιο αυτό και με σκοπό την στήριξη του διαθέσιμου εισοδήματος, τέθηκε σε ισχύ από την αρχή του 2022 ένας μηχανισμός επιδοτήσεων στην ενέργεια σύμφωνα με συγκεκριμένα κριτήρια σε μηνιαία βάση.<sup>86</sup> Αναλυτικότερα, η στήριξη περιλάμβανε:

- Επιδοτήσεις επί της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου για οικιακούς καταναλωτές, επιχειρήσεις και αγρότες
- Αύξηση του επιδόματος θέρμανσης
- Επιδόματα προς τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες
- Επιδότηση της κατανάλωσης καυσίμων για φυσικά πρόσωπα με δηλωθέν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα έως 30.000 ευρώ έως τον Ιούνιο του 2022
- Επιδότηση της τιμής πώλησης του πετρελαίου κίνησης (ντίζελ) την περίοδο Απριλίου-Ιουνίου
- Επιβολή στους ηλεκτροπαραγωγούς έκτακτης εισφοράς ύψους 90% επί της αυξημένης κερδοφορίας της περιόδου Οκτωβρίου 2021-Ιουνίου 2022
- Πρόσθετη παρέμβαση (επιβολή πλαφόν και επιδοτήσεις) στην αγορά ενέργειας, χονδρική και λιανική, με στόχο τη σταθεροποίηση των τιμών σε επίπεδα πολύ χαμηλότερα από τα ισχύοντα, από τον Ιούλιο του 2022 και για ένα έτος

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, παρατείνοντας την αναστολή των δημοσιονομικών κανόνων της ΕΕ και για το 2023, πρότείνει για την Ελλάδα την άσκηση συνετής δημοσιονομικής πολιτικής, με σκοπό τη διασφάλιση του ρυθμού αύξησης των τρεχουσών δαπανών έτσι ώστε να μην υπερβαίνει το μεσοπρόθεσμο δυνητικό ρυθμό ανάπτυξης. Ταυτόχρονα θα πρέπει να συνυπολογιστούν οι προσωρινές δημοσιονομικές παρεμβάσεις για την προστασία των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων από τις ανατιμήσεις, σε συνδυασμό με αύξηση των δημόσιων επενδυτικών δαπανών αξιοποιώντας και τους διαθέσιμους ευρωπαϊκούς πόρους. Μεσοπρόθεσμα, ο κύριος στόχος παραμένει η σταδιακή μείωση του χρέους και η διαφύλαξη της δημοσιονομικής βιωσιμότητας.

### Νομισματική πολιτική

Η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία προκάλεσε διεθνή αβεβαιότητα και υπονόμωσε την παγκόσμια ασφάλεια και σταθερότητα, σε μία περίοδο που η παγκόσμια οικονομία ανέκαμπτε από τις επιπτώσεις της πανδημίας.

Η αύξηση του πληθωρισμού διεθνώς οδηγεί τις κεντρικές τράπεζες σε σταδιακή ομαλοποίηση της νομισματικής πολιτικής. Παρότι η άνοδος του πληθωρισμού προέρχεται κυρίως από μια διαταραχή της συνολικής προσφοράς, οι τράπεζες αντιδρούν με αύξηση των επιτοκίων, προκειμένου να συγκρατήσουν τις πληθωριστικές προσδοκίες και τις δευτερογενείς επιδράσεις. Η έκταση αυτών των αυξήσεων των επιτοκίων θα εξαρτηθεί από την πορεία του πληθωρισμού και την εξέλιξη της παραγωγής.

Οι αγορές προεξοφλούν επιτάχυνση στις αυξήσεις των επιτοκίων, καθώς προβλέπουν ότι όλο και περισσότερες κεντρικές τράπεζες θα αυξήσουν τα βασικά τους επιτόκια μέσα στο 2022. Τα αυξημένα επιτόκια, ο υψηλός πληθωρισμός και η μείωση της οικονομικής

<sup>85</sup> Αλεξοπούλου Ρ. (2022). Κομισιόν: Ανάπτυξη 4% και πληθωρισμός 8,9% στην Ελλάδα το 2022, Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1882417/komision-anaptuksi-4-kai-plithorismos89-stin-ellada-to2022>, (Προσπελάστηκε 25/8/2022).

<sup>86</sup> Τράπεζα της Ελλάδος (2022). Νομισματική Πολιτική 2021-2022. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.bankofgreece.gr/Publications/NomPol20212022.pdf>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

δραστηριότητας έχουν οδηγήσει τους επενδυτές σε μεγαλύτερη αποστροφή προς τον κίνδυνο. Από τις αρχές του 2022 οι χρηματοπιστωτικές συνθήκες έχουν επιδεινωθεί σημαντικά σε διεθνές επίπεδο, με ιδιαίτερη άνοδο στις αποδόσεις των κρατικών και εταιρικών ομολόγων, πτώση στις τιμές των μετοχών και αύξηση της μεταβλητότητας.

Από τις αρχές του δ' τριμήνου του 2021, οι αποδόσεις των ελληνικών κρατικών ομολόγων παρουσιάζουν ανοδικές και εντονότερες τάσεις από τις αποδόσεις των αντίστοιχων κρατικών ομολόγων άλλων κρατών-μελών της ΕΕ. Σε αυτό συμβάλει η ευαισθησία των ομολόγων στις μεταβολές των διεθνών νομισματικών και χρηματοπιστωτικών συνθηκών και η τάση των επενδυτών για αποφυγή ανάληψης κινδύνου.

Στις αρχές του 2022 παρατηρήθηκαν, η πιστοληπτική ικανότητα του Ελληνικού Δημοσίου αναβαθμίστηκε από τους οίκους DBRS και Standard and Poor's.<sup>87</sup>

### Φορολογική πολιτική

Επεκτείνεται έως το τέλος του 2022 η απαλλαγή από την ειδική εισφορά αλληλεγγύης στον ιδιωτικό τομέα, με οφέλη για μισθωτούς του ιδιωτικού τομέα, ελεύθερους επαγγελματίες και αγρότες, και για όσους εισπράττουν ενοίκια και μερίσματα. Διατηρείται η μείωση των ασφαλιστικών εισφορών κατά 3 μονάδες για τον ιδιωτικό τομέα και ο φόρος εισοδήματος των επιχειρήσεων μειώνεται από το 24% στο 22%. Παραμένει στο 80% η προκαταβολή φόρου για νομικά πρόσωπα και οντότητες. Ακόμη, επεκτείνεται η εφαρμογή των μειωμένων συντελεστών ΦΠΑ στις μεταφορές, στον καφέ και στα μη αλκοολούχα ποτά, στους κινηματογράφους και στο τουριστικό πακέτο, έως τον Ιούνιο του 2022. Ο ΦΠΑ μειώνεται στα γυμναστήρια και στις σχολές χορού από το 24% στο 13% έως τον Ιούνιο του 2022.<sup>88</sup>

### Επίπεδο μισθών & ανεργία

Στις αρχές του 2023 υπολογίζεται η επόμενη αύξηση του κατώτατου μισθού, ο οποίος θα επανέλθει στα προμνημονιακά επίπεδα στα 751 ευρώ μικτά. Σε ετήσια βάση, με υπολογισμό στους 14 μισθούς, η αύξηση θα φέρει 448 ευρώ επιπλέον στην τσέπη των εργαζομένων. Εφόσον εφαρμοστεί η αύξηση αυτή, η συνολική αύξηση του κατώτατου μισθού επί κυβερνήσεως Ν.Δ., την περίοδο 2019-2023, θα έχει φτάσει στο 15% (ή αλλιώς 151 ευρώ).2022 (2%) και η δεύτερη την 1η Μαΐου 2022.<sup>89</sup>

Σε ό,τι αφορά τα τουριστικά και επισιτιστικά επαγγέλματα, με την προσθήκη στο άρθρο 5 της από 24.5.2021 Κλαδικής Συλλογικής Σύμβασης Εργασίας<sup>90</sup> για τους όρους αμοιβής και εργασίας του προσωπικού των πάσης φύσεως τουριστικών και επισιτιστικών καταστημάτων όλης της χώρας 2021-2023 (Π.Κ. 18/29.7.2022), συμφωνήθηκαν οι όροι που ισχύουν για το διάστημα 22 Φεβρουαρίου 2021 έως 22 Φεβρουαρίου 2023. Ακόμη, καθιερώνεται η πενθήμερη εβδομαδιαία εργασία με 40 ώρες εργασίας και δύο ημέρες ανάπαυσης. Αν οι μισθωτοί εργαστούν τις ημέρες ανάπαυσης λαμβάνουν πρόσθετη αμοιβή ίση με ένα

<sup>87</sup> Τράπεζα της Ελλάδος (2022). *Νομισματική Πολιτική 2021-2022*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.bankofgreece.gr/Publications/NomPol20212022.pdf>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>88</sup> 2022: *Οι 7 αλλαγές στους φόρους – Ποιοι κερδίζουν από τις φοροελαφρύνσεις* (2022, 1 Ιανουαρίου), Έθνος. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ethnos.gr/Economy/article/189484/2022oi7allagesstoysoforoysoipoioikerdizoynapotisforoelafrynseis>, (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

<sup>89</sup> Κατσαγάνης Δ. (2022). *Τι θα φέρει η νέα αύξηση του κατώτατου μισθού*, Capital.gr. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.capital.gr/oikonomia/3654351/ti-tha-ferai-i-nea-auxisi-tou-katostatou-misthou>, (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

<sup>90</sup> Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων (2022). *Τουριστικά – Επισιτιστικά καταστήματα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://ypergasias.gov.gr/touristika-epististikata-katasthmata/>, (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

ημερομίσθιο για κάθε επιπλέον ημέρα και προσαυξημένο κατά 75% αν είναι Κυριακή. Με το ΦΕΚ 4137 Β, η παραπάνω προσθήκη κηρύσσεται υποχρεωτική από 29/7/2022.

Η Ελλάδα παραμένει στη δεύτερη θέση με το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας στην Ευρωζώνη, καταγράφοντας ωστόσο σημαντική υποχώρηση τον Φεβρουάριο του 2022 με ποσοστό 11,9%. Σύμφωνα τη Eurostat <sup>91</sup>, το ποσοστό ανεργίας σημείωσε μείωση σε σχέση με τον Ιανουάριο (12,8%) και με Φεβρουάριο του 2021 (16,2%). Η Ελλάδα είναι πρώτη χώρα στην ανεργία των νέων, με ποσοστό 31,1% τον Φεβρουάριο του 2022, ποσοστό αρκετά μειωμένο από τον προηγούμενο χρόνο (40,2%). Το ποσοστό ανεργίας στην Ευρωζώνη τον Φεβρουάριο διαμορφώθηκε στο 6,8%, μειωμένο από το 6,9% του Ιανουαρίου και το 8,2% τον Φεβρουάριο του 2021. Η ανεργία των νέων συνέχισε να μειώνεται, πέφτοντας από το 14,3% στο 14% τόσο στην Ευρωζώνη όσο και στην ΕΕ.

Οι οικονομολόγοι εκτιμούν ότι η αγορά εργασίας θα ασκήσει ανοδική πίεση στους μισθούς της Ευρωζώνης, οι οποίοι μέχρι στιγμής δεν συμβαδίζουν με τον αυξανόμενο πληθωρισμό. Παρόλα αυτά, ένα πρόβλημα με το οποίο έρχονται αντιμέτωπες οι τουριστικές και επισιτιστικές επιχειρήσεις είναι η έλλειψη προσωπικού.

Το πρόβλημα προκύπτει από τις εργασιακές σχέσεις των εργαζομένων, τις αμοιβές και τις ώρες απασχόλησης, τις συνθήκες απασχόλησης και διαβίωσης, καθώς και από την εποχικότητα του επαγγέλματος σε συνδυασμό με τα χαμηλά επιδόματα για τους μήνες ανεργίας. <sup>92</sup>

### Επενδύσεις

- The Ellinikon <sup>93</sup>

Το The Ellinikon είναι μία από τις μεγαλύτερες επενδύσεις αστικών υποδομών στην Ευρώπη. Το έργο είναι πολυδιάστατο και θα αποτελέσει κίνητρο για σημαντικές επενδύσεις σε πολλαπλούς τομείς: τουρισμό και πολιτισμό, αθλητισμό και ψυχαγωγία, επιχειρηματικές και καινοτόμες εμπορικές δράσεις. Η τοποθεσία του έργου είναι ιδανική, με εύκολη πρόσβαση στο κέντρο της Αθήνας, το λιμάνι του Πειραιά και τον νέο Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών.

---

<sup>91</sup> Eurostat: Τα ποσοστά ανεργίας στην Ευρώπη - Πού βρίσκεται η Ελλάδα (2022, 31 Μαρτίου), CNN. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.cnn.gr/oikonomia/story/306993/eurostat-ta-pososta-anagerias-stin-eyropi-poy-vrisketai-i-ellad>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>92</sup> Νικητιάδης Γ. (2022). Τουρισμός: Δομικό πρόβλημα η έλλειψη προσωπικού. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/05/30/aporseis/experts/domiko-provlima-i-elleipsi-prosopikou-ston-tourismo/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>93</sup> The Ellinikon. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://theellinikon.com.gr/en/homepage/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).





Εικόνα 14: The Ellinikon

Πηγή: <https://theellinikon.com.gr/en/homepage/>

Το έργο εκτελείται σε ακτογραμμή 3,5 χιλιομέτρων και το πάρκο έχει έκταση 2 εκ. τ.μ.. Περιλαμβάνει 9.000 οικιστικές μονάδες, 3 ξενοδοχεία, 3 εμπορικούς προορισμούς και 400 θέσεις ελλιμενισμού σκαφών.

Το έργο θα διαθέτει σύγχρονες υποδομές «έξυπνης» πόλης. Θα χαρακτηρίζεται από υψηλή αποδοτικότητα στην κλιματική αλλαγή και θα είναι σύμφωνο με τις αρχές της βιωσιμότητας. Όλα τα κτίρια θα πληρούν τα πρότυπα αειφορίας, έτσι ώστε να προάγουν την υγεία και ευεξία κατοίκων, εργαζομένων και επισκεπτών.

Από το έργο αναμένεται η αστική ανάπτυξη 6 εκ. τ.μ., η διαμόρφωση 600.000 τ.μ. πρασίνου και ανοιχτών χώρων και η κατασκευή 50 χλμ. μονοπατιών και ποδηλατοδρόμων. Στα οικονομικά οφέλη, εκτιμάται ότι το ύψος των επενδύσεων θα φτάσει τα 8 δις. ευρώ και τα κρατικά έσοδα τα 14 δις. ευρώ. Το έργο θα προσελκύσει 1 εκατομμύριο τουρίστες ετησίως και θα ανοίξει 10.000 νέες θέσεις εργασίας κατά την κατασκευή και 75.000 νέες θέσεις εργασίας μετά την ολοκλήρωσή του.

#### - Άλλες επενδύσεις

Σύμφωνα με στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ), το 2020 προστέθηκαν σε όλη τη χώρα 81 νέες ξενοδοχειακές μονάδες και το 2021 ακόμη 69 μονάδες.

Η γαλλική πολυεθνική Accor σχεδιάζει την επέκτασή της στον ελληνικό χώρο με νέες ξενοδοχειακές μονάδες, σχεδιάζοντας μέχρι τώρα τέσσερα νέα ξενοδοχεία, τα οποία θα προστεθούν στις υπάρχουσες επτά μονάδες που ήδη λειτουργεί στη χώρα.

Μία αλυσίδα με ισχυρή παρουσία ιδιαίτερα στο κέντρο της Αθήνας αποτελεί η Brown Hotels. Η γαλλική επενδυτική εταιρεία Boissée Finances προγραμματίζει μια μεγάλη επένδυση στην περιοχή του Αρχαιολογικού Μουσείου Αθηνών που αρχικά αφορά την ανέγερση μιας νέας ξενοδοχειακής μονάδας. Το Grand Hyatt στη Συγγρού θα αποτελέσει το 2022 το δεύτερο μεγαλύτερο ξενοδοχείο της Αθήνας σε δυναμικότητα μετά το Athenaeum Intercontinental. Σε στάδια υλοποίησης βρίσκονται πλέον τα Αστέρια Γλυφάδας, με την Grivalia Hospitality να στοχεύει στην ανάπτυξη του πρώτου αστικού τουριστικού θερέτρου της Ελλάδας.

Τον Δεκέμβριο 2021 έγινε η μεταβίβαση της έκτασης του Golf Αφάντου Ρόδου από το Ταμείο Αξιοποίησης της Ιδιωτικής Περιουσίας του Δημοσίου (ΤΑΙΠΕΔ) στον όμιλο του Μερκούριου Αγγελιάδη. Η επένδυση μεταφέρεται στο χαρτοφυλάκιο των Mitsis Hotels, με σχέδιο επένδυσης άνω των 225 εκατ. ευρώ, το οποίο περιλαμβάνει γκολφ και λέσχη γκολφ, τρία ξενοδοχεία και βίλες, κατοικίες προς πώληση, μαρίνα και αθλητικές εγκαταστάσεις.

Το πρώτο ξενοδοχείο W της Marriott αναμένεται να λειτουργήσει το καλοκαίρι του 2022 στο τουριστικό συγκρότημα Costa Navarino και αποτελεί τη νεότερη επένδυση στην αλυσίδα των W Escapes στην Ευρώπη, μετά την Ισπανία, την Πορτογαλία και την Ελβετία.

Συνολικά, το διάστημα Οκτωβρίου – Δεκεμβρίου 2021 καταγράφηκαν 483 αγγελίες πώλησης ξενοδοχείων πανελλαδικώς.

Ο όμιλος Sani/Ikos, που με τη στήριξη ξένων επενδυτών (Oaktree Capital, Goldman Sachs, Hermes GPE, Moonstone Investments, Florac) διατηρεί δέκα ιδιόκτητα ξενοδοχειακά συγκροτήματα στην Ελλάδα (Χαλκιδική, Κως, Κέρκυρα) και στην Ισπανία, ανακοίνωσε νέες επενδύσεις ύψους 520 εκατ. Ευρώ τον Νοέμβριο του 2021.

Στο μεταξύ, σταθερό ενδιαφέρον για την Ελλάδα, με νέα κεφάλαια για αναβαθμίσεις και εξαγορές παρουσιάζει η HIP. Η HIP (με 65 ξενοδοχεία σε Ισπανία, Ελλάδα και Πορτογαλία), μετά το πρώτο μεγάλο deal των πέντε ξενοδοχείων των Louis Hotels το 2019, συνεχίζει την ενίσχυση του ελληνικού χαρτοφυλακίου της.

Το αμερικανικό επενδυτικό fund HIG, με τη διαχείριση πάνω από 43 δισ. δολάρια και επενδύσεις σε logistics, real estate και συμμετοχή σε διαγωνισμούς διαφόρων τομέων, έχει δημιουργήσει ένα χαρτοφυλάκιο με μία μονάδα στην Ρόδο, τέσσερις μονάδες στην Κέρκυρα και την αγορά των δανείων του ομίλου Κυπριώτη που διαθέτει πέντε μονάδες στην Κω.<sup>94</sup>

Προσφάτως, παρουσιάστηκε το νέο Περιφερειακό Επιχειρησιακό πρόγραμμα Νοτίου Αιγαίου 2021-2027 με αυξημένους ευρωπαϊκούς πόρους ύψους 285,4 εκ. ευρώ. Προτεραιότητα δίνεται σε συνεχιζόμενα έργα, έργα δηλαδή είχαν ήδη ξεκινήσει στο πλαίσιο της περιόδου 2014-2020. Μέχρι τον Μάιο του 2023 προγραμματίζεται η δημοσίευση 26 προσκλήσεων, συνολικού προϋπολογισμού 67 εκ. ευρώ. Τα νησιά της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου θα ωφεληθούν και μέσω των Τομεακών Προγραμμάτων (το Πρόγραμμα Δίκαιης Αναπτυξιακής Μετάβασης, το Πρόγραμμα Πολιτική Προστασία, το Πρόγραμμα Περιβάλλον – Κλιματική Αλλαγή, το Πρόγραμμα Μεταφορές), των πόρων του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας και από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων.<sup>95</sup>

### *iii. Κοινωνικοί Παράγοντες*

Στη μελέτη του Δείκτη Οικονομικής Ελευθερίας (ΚΕΦΙΜ)<sup>96</sup>, η Ελλάδα καταγράφει πτώση εννέα θέσεων, λαμβάνοντας την 85η θέση μεταξύ 165 χωρών, βάσει των δεδομένων του 2020.

Αναλυτικώς, η κατάταξη της Ελλάδας στα πέντε βασικά πεδία του δείκτη είναι:

<sup>94</sup> Ντελέζος Κ. (2022). *Επενδύσεις 5 αστέρων στην Αττική από αλυσίδες τουρισμού*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/02/05/tourismos/ependyseis-5-asteron-stin-attiki-apo-alyssides-tourismou/>. (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>95</sup> *Εναρξη της νέας προγραμματικής περιόδου 2021-2027 για το Ν. Αιγαίο* (2022, 21 Οκτωβρίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://atlantea.news/enarxi-tis-neas-programmatikis-periodou-gia-to-notio-aigaiο-me-ayximenous-euro-paikous-porous/>. (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

<sup>96</sup> *ΕΛΣΤΑΤ: Το 28,3% του πληθυσμού της Ελλάδας σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικού αποκλεισμού* (2022, 27 Ιουλίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021-gr\\_62e14996e4b06e213fc62448](https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021-gr_62e14996e4b06e213fc62448). (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Μέγεθος του κράτους: 153η θέση

Κράτος δικαίου και ιδιοκτησιακά δικαιώματα: 54η θέση

Πρόσβαση σε ισχυρό νόμισμα: 75η θέση

Ελευθερία στο διεθνές εμπόριο: 18η θέση

Ρυθμιστικό περιβάλλον στην τραπεζική πίστη, τα εργασιακά και την επιχειρηματικότητα: 143η θέση. (ΑΠΕ-ΜΠΕ)

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ(2022)<sup>97</sup> για το 2021, το 28,3% του πληθυσμού της χώρας (2.971.200 άτομα) βρίσκονταν με βάση τα εισοδήματα του 2020 σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικό αποκλεισμό, ένα ποσοστό αυξημένο κατά 0,9 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2020. Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18- 64 ετών που διαβιεί σε νοικοκυριά με χαμηλή ένταση εργασίας εκτιμάται σε 13,6%, εμφανίζοντας αύξηση κατά 1,8 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2020.

Το κατώφλι της φτώχειας αποτελεί το ποσό των 5.251 ευρώ ετησίως ανά μονοπρόσωπο νοικοκυριό και 11.028 ευρώ για νοικοκυριά με δύο ενήλικες και δύο εξαρτώμενα παιδιά ηλικίας κάτω των 14 ετών. Το 2021, το 19,6% του συνολικού πληθυσμού βρισκόταν κάτω από τον κίνδυνο της φτώχειας, σημειώνοντας αύξηση κατά 1,9 ποσοστιαίες μονάδες. Τα νοικοκυριά που βρίσκονται σε κίνδυνο φτώχειας υπολογίζονται σε 765.372 σε σύνολο 4.108.895 νοικοκυριών. Στις περιφέρειες Αττικής, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης, τα ποσοστά κινδύνου φτώχειας σημειώνονται χαμηλότερα σε σχέση με το σύνολο της χώρας. Το ποσοστό αυτό είναι ελαφρώς υψηλότερο για τις γυναίκες (19,8%) σε σχέση με τους άνδρες (19,4%). Τέλος, σε επίπεδο εισοδήματος, το 6,9% των νοικοκυριών δήλωσε ότι το εισόδημα του αυξήθηκε κατά τον τελευταίο χρόνο, το 26,3% ότι μειώθηκε και το 66,7% των νοικοκυριών ότι παρέμεινε το ίδιο.

Το ποσοστό του πληθυσμού που στερείται τουλάχιστον 7 από έναν κατάλογο 13 αγαθών και υπηρεσιών ανέρχεται σε 13,9%, ενώ το ποσοστό του πληθυσμού που στερείται τουλάχιστον 4 από έναν κατάλογο 9 αγαθών και υπηρεσιών ανέρχεται σε 14,8%, με βάση τα στοιχεία του 2021.

Από την έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ για την οικονομική ανισότητα το 2021, προκύπτει ότι:

- Το 25% του πληθυσμού με το υψηλότερο εισόδημα κατέχει το 45,7% του συνολικού εθνικού διαθέσιμου εισοδήματος
- Το 50% του πληθυσμού με μεσαία εισοδήματα κατέχουν το 44,6% του εθνικού διαθέσιμου εισοδήματος
- Το υψηλότερο ατομικό ετήσιο εισόδημα για την κατηγορία χαμηλού εισοδήματος ανέρχεται σε 5.947 ευρώ. Το χαμηλότερο ατομικό ετήσιο εισόδημα για τα υψηλότερα εισοδήματα ανέρχεται σε 12.308 ευρώ.

Σχετικά με τους δημογραφικούς δείκτες και με βάση τη μελέτη του IOBE με την χρηματοδότηση της Eurobank (2022) <sup>98</sup>, ο πληθυσμός της Ελλάδας μειώθηκε κατά 441 χιλιάδες (-4,0%) τη δεκαετία 2011-2021, με τη μείωση και τη γήρανση του πληθυσμού να αναμένεται να συνεχιστούν τις επόμενες δεκαετίες. Οι προβλέψεις αναφέρουν μία μείωση

<sup>97</sup> ΕΛΣΤΑΤ: Το 28,3% του πληθυσμού της Ελλάδας σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικού αποκλεισμού (2022, 27 Ιουλίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021\\_gr\\_62e14996e4b06e213fc62448](https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021_gr_62e14996e4b06e213fc62448), (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>98</sup> Υπογεννητικότητα – Παράγοντες που επηρεάζουν, τι δείχνουν οι έρευνες και οι δείκτες στην Ελλάδα (2022, 14 Ιουλίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.skai.gr/ypogennitikitita-paragontes-pou-epireazoun-ti-deixnoun-oi-ereynes-kai-oi-deiktes-stin-ella>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

του πληθυσμού στα 8,1 εκατ. έως το 2100, δηλαδή σε ποσοστό 24% σε σχέση με το 2021. Το αντίστοιχο ποσοστό μείωσης του πληθυσμού στην Ευρωζώνη αγγίζει το 4,2% έως το 2100. Με γνώμονα αυτά τα νούμερα, η Ελλάδα λαμβάνει την Τρίτη χειρότερη θέση μετά την Λετονία και την Λιθουανία.

Ο λόγος που τα ζευγάρια διστάζουν να αποκτήσουν παιδιά είναι πρωτίστως οικονομικός. Η μελέτη του IOBE σημειώνει ότι παρά τα διάφορα εφάπαξ οικογενειακά επιδόματα που βρίσκονται σε σχετικά υψηλό επίπεδο, η Ελλάδα παραμένει σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με τον μέσο όρο της ΕΕ στα περιοδικά επιδόματα σε χρήμα, όπως και σε κατά κεφαλήν δαπάνες για παροχές σε είδος.

Ένας ακόμη λόγος αποφυγής της οικογένειας είναι αυτός της υγείας και συγκεκριμένα οι αυξημένες δαπάνες που καλείται να κάνει ένα ζευγάρι αλλά και η δυσκολία πρόσβασης σε δομές υγείας, ιδιαίτερα για τους κατοίκους ακριτικών περιοχών.

Η SAS, κορυφαία εταιρεία στον κλάδο της Τεχνητής Νοημοσύνης και των analytics, προβλέπει ένα ευέλικτο εργασιακό περιβάλλον για το μέλλον. Ακόμη, σημειώνει την δεξιοτέτακτη της περιέργειας ως καθοριστική για την αντιμετώπιση κρίσιμων προκλήσεων στις επιχειρήσεις και ως εκ τούτου εργαζόμενοι που τη διαθέτουν είναι περιζήτητοι. Οι εταιρείες από την άλλη θα πρέπει να προσαρμοστούν σε αυτή την ευελιξία, να αναπτύξουν υβριδικά και ανθρωποκεντρικά μοντέλα εργασίας, να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες αλλά και να αποφύγουν τους κινδύνους, όπως η κόπωση των εργαζομένων και η αποστασιοποίηση αυτών.<sup>99</sup>

#### iv. Τεχνολογικοί Παράγοντες

Η Ελλάδα κατέχει την προτελευταία θέση ανάμεσα σε 28 χώρες στον δείκτη Digital Economy & Society Index της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (DESI – 2019), δηλαδή διαθέτει χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Ο ελληνικός τουριστικός κλάδος οφείλει να μετασχηματιστεί ψηφιακά έτσι ώστε να διατηρήσει το μερίδιό του στην αγορά.<sup>100</sup>

Η τεχνολογία των ξενοδοχείων σήμερα περιλαμβάνει εργαλεία που επιτρέπουν στους επισκέπτες να αποκτήσουν μία εξατομικευμένη εμπειρία διαμονής. Ανάμεσα σε αυτά είναι το γρήγορο WiFi, το ψηφιακό check-in, οι έξυπνες κλειδαριές που ανοίγουν με τη βοήθεια ενός smartphone, οι ανέπαφες πληρωμές, τα συστήματα τηλεδιάσκεψης, τα ρομπότ που συμμετέχουν στο room service, ο έλεγχος του φωτισμού και της θερμοκρασίας, οι αισθητήρες ελέγχου και μείωσης της ενέργειας όταν ο επισκέπτης είναι απών.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που αφορούν τα ξενοδοχεία και ξεχωρίζουν είναι<sup>101</sup>:

- Smart Rooms

<sup>99</sup> SAS: Τεχνητή νοημοσύνη, analytics και UX στα hot trends της φετινής χρονιάς (2022,17 Ιανουαρίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://startupper.gr/news/81376/sas-techniti-noimosyni-analytics-kai-ux-sta-hot-trends-tis-fetinis-chronias/>. (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

<sup>100</sup> Deloitte, Remaco (2021). Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. INSETE Intelligence, 8.

<sup>101</sup> Αποστολόπουλος Γ. (2022). Τεχνολογικές τάσεις που κερδίζουν έδαφος στα ξενοδοχεία, ITNnews.gr. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://itnnews.gr/2022/03/>. (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Τα έξυπνα δωμάτια ξενοδοχείων επιτρέπουν στους επισκέπτες την εξατομικευμένη διαμονή, με προσαρμογή όλων των στοιχείων ενός δωματίου στις ανάγκες τους. Η τεχνολογία αυτή εκτός από τον επισκέπτη, έχει πολύ θετική επίδραση στα λειτουργικά έξοδα του ξενοδοχείου.

- Internet of Things

Το Internet of Things επιτρέπει τη σύνδεση διαφόρων συσκευών μέσω του διαδικτύου και τον έλεγχό τους από μία κεντρική πηγή, όπως για παράδειγμα ένα τηλέφωνο ή ένα tablet. Με αυτή την τεχνολογία ο επισκέπτης έχει τον απόλυτο έλεγχο στο δωμάτιό του.

- Big Data

Τα big data, μια μεγάλη βάση δεδομένων που συλλέγουν οι επιχειρήσεις από τους καταναλωτές, χρησιμοποιούνται για την ανάλυση της συμπεριφοράς των πελατών και τη λήψη στρατηγικών επιχειρηματικών αποφάσεων.

- Τεχνητή νοημοσύνη

Η τεχνητή νοημοσύνη και οι εξορθολογισμένες λειτουργίες που προσφέρει μπορεί να απελευθερώσει χρόνο από τους υπαλλήλους, οι οποίοι μπορούν πλέον να αφιερωθούν σε πιο υψηλές υπηρεσίες.

- Αισθητήρες χώρου

Οι αισθητήρες χώρου παρέχουν σημαντικά ενεργειακά οφέλη. Όταν αυτοί οι αισθητήρες διαπιστώνουν ότι δεν υπάρχει κανείς στο δωμάτιο, μπορούν αυτόματα να κλείνουν το ρεύμα στα δωμάτια αυτά.

#### ν. *Νομοθετικοί παράγοντες*

Το 2018 υπερψηφίστηκε στην Ολομέλεια της Βουλής το Σχέδιο Νόμου του Υπουργείου Τουρισμού με τίτλο “Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού – Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης – Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις”.<sup>102</sup>

Για πρώτη φορά με αυτό το νομοσχέδιο ορίζεται ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού.

Μεταξύ άλλων, οι διατάξεις του αφορούν:

- την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και την ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας
- τη σύνδεση του τουρισμού με τον πρωτογενή τομέα
- την ενίσχυση της απασχόλησης
- την προσέλκυση νέων επενδύσεων και την επίτευξη χρηματοδοτήσεων με την απλούστευση των γραφειοκρατικών διαδικασιών.
- την δυναμική προώθηση νέων ελληνικών προορισμών για την επίτευξη μιας καλύτερης ισορροπίας κατανομής των τουριστών

<sup>102</sup> Ν. 4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 (2018). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-pherek-208a-11-12-2018.html>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Παράλληλα, εισήχθησαν ρυθμίσεις για την επίτευξη ενός εκσυγχρονισμένου θεσμικού πλαισίου όπως οι απλοποιημένες διαδικασίες επενδύσεων, η εξάλειψη παρωχημένων όρων αδειοδότησης τουριστικών επιχειρήσεων, η ρύθμιση του οργανωμένου ταξιδιού που παρέχεται από τα τουριστικά γραφεία, η αντιμετώπιση ελλείψεων στις ειδικές τουριστικές υποδομές.

Στο τέλος του 2021, ψηφίστηκε το νομοσχέδιο του Υπουργείου Τουρισμού Πρότυποι Τουριστικοί Προορισμοί Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, Ιαματικές Πηγές Ελλάδας και άλλες ρυθμίσεις για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης. Πρόκειται για ένα αναπτυξιακό νομοσχέδιο, με σκοπό την αντιμετώπιση των προκλήσεων στον τομέα του τουρισμού μέσω της συνεργασίας οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης και κεντρικής κυβέρνησης. Αντικείμενο του νομοσχεδίου είναι η εισαγωγή δύο αλληλένδετων οργανωτικών δομών <sup>103</sup>:

α) της Διυπουργικής Επιτροπής Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Πρότυπων Τουριστικών Προορισμών Ολοκληρωμένης Διαχείρισης και

β) του Τοπικού/Περιφερειακού Παρατηρητηρίου Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης, καθώς και η απονομή αρμοδιότητας στους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης (Ο.Τ.Α.) σχετικά με τη διαχείριση και την προώθηση τουριστικών προορισμών.

Ακόμη, διευθετεί το θέμα των ιαματικών πηγών και το θέμα του ναυαγίου της Ζακύνθου. Ειδικότερα για τη σύσταση ανώνυμης εταιρείας “Ιαματικές Πηγές Ελλάδας” για την οργανωμένη ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας, δίνεται τη δυνατότητα σε μια ανώνυμη εταιρεία να διαχειριστεί τις ιαματικές πηγές. Σχετικά με την τροπολογία για το ναυάγιο της Ζακύνθου, η ρύθμιση προβλέπει τη διαχείριση της οριοθετημένης ζώνης με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος, την αποφυγή του κινδύνου κατάρρευσης του ναυαγίου, τη συντήρησή του, την ασφαλή διαμόρφωση των διόδων πρόσβασης σε αυτό και την προστασία των επισκεπτών. Στο σύνολο θα διατεθούν 320 εκατ. ευρώ από το RRF (Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας) για λιμάνια, μαρίνες, ιαματικές πηγές, χιονοδρομικά κέντρα, , προσβασιμότητα για τα ΑμεΑ και ψηφιοποίηση του τουρισμού.

#### *vi. Περιβαλλοντικοί Παράγοντες*

Το 87,8% των περιβαλλοντικών επενδύσεων προέρχεται από τη γενική κυβέρνηση (κεφαλαιουχικές δαπάνες), το 8,5% από εξειδικευμένους παραγωγούς και υπηρεσίες (όπως εταιρείες αποβλήτων και ύδρευσης) και μόλις το 3,7 % από τις βιομηχανίες και τις επιχειρήσεις. Η χρηματοδότηση για περιβαλλοντικές επενδύσεις ανήλθε σε 0,72 % του ΑΕΠ την περίοδο 2014-2020. Σε επίπεδο ΕΕ, τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 37,2 % από τις κυβερνήσεις, 32,5 % από εξειδικευμένους παραγωγούς και το 30,3 % από τη βιομηχανία, σύμφωνα με την τελευταία έκθεση της Κομισιόν για την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής της ΕΕ. <sup>104</sup>

Στις προτεραιότητες της Ελλάδας για το 2022, όπως επισημαίνει η Κομισιόν, περιλαμβάνεται η κατάρτιση στρατηγικής περιβαλλοντικής χρηματοδότησης, με αύξηση της ιδιωτικής χρηματοδότησης και της περιβαλλοντικής φορολογίας. Ακόμη, προτείνεται η αντιμετώπιση

<sup>103</sup> Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (2021), Νόμος 4875/2021, Αρ. Φύλλου 250. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.taxheaven.gr/law/4875/2021> , (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

<sup>104</sup> Τράτσα Μ. (2022). *Επενδύσεις περιβαλλοντικής προστασίας: 9 στις 10 προέρχονται από την κυβέρνηση*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/09/24/green/ependyseis-perivallontikis-prostasias-enea-stis-deka-proerxontai-apo-tin-kyvernisi/>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

των κυριότερων περιβαλλοντικών προκλήσεων με χρηματοδότηση που θα προέλθει από την κινητοποίηση επενδύσεων και τη χρήση κονδυλίων της ΕΕ.

Η Ελλάδα δεσμεύτηκε προς την αειφόρο ανάπτυξη το 2018 για την επίτευξη των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης της Ατζέντας 2030 των Ηνωμένων Εθνών. Ωστόσο, η πρόκληση για τη διασφάλιση συνοχής μεταξύ της περιβαλλοντικής πολιτικής των πολιτικών που αφορούν την ενέργεια, τις μεταφορές, τη γεωργία και τον τουρισμό παραμένει ενεργή.

Η Ελλάδα, μία από τις χώρες της Ευρώπης με τη μεγαλύτερη βιοποικιλότητα, δεν έχει θεσπίσει ακόμα ένα ολοκληρωμένο εθνικό σύστημα παρακολούθησης αυτής. Κύρια αίτια απώλειας της βιοποικιλότητας παραμένουν η ρύπανση, η αστυφιλία, ο κατακερματισμός των ενδιαίτημάτων, η κλιματική αλλαγή και οι πυρκαγιές. Οι κυριότερες πιέσεις, ιδίως στις παράκτιες περιοχές, προέρχονται από τους τομείς της γεωργίας, της αλιείας, των μεταφορών και του τουρισμού.

Ο τουριστικός κλάδος πλήττει στο μεγαλύτερο βαθμό τις παράκτιες περιοχές εξαιτίας της ανάπτυξης υποδομών και του συνωστισμού, ιδιαίτερα κατά την αιχμή της θερινής περιόδου αλλά και μέσω της υπερβολικής κατανάλωσης νερού στη διάρκεια περιόδων ξηρασίας. Τεράστιο πρόβλημα αποτελεί η διαχείριση των αποβλήτων από τις τοπικές αυτοδιοικήσεις που προέρχονται από τους τουρίστες.

Χωρίς περαιτέρω δράσεις, υπολογίζεται πως η κλιματική αλλαγή μπορεί να οδηγήσει σε μείωση του ΑΕΠ κατά 2% ετησίως έως το 2050 και να φθάσει έως και 6% το 2100. Οι τομείς που θα δεχθούν το σοβαρότερο πλήγμα είναι η γεωργία αλλά και ο τουρισμός, με ιδιαίτερο αντίκτυπο στα νοικοκυριά και τις τοπικές οικονομίες.<sup>105</sup>

Τον Ιούλιο του 2022 ψηφίστηκε και δημοσιεύτηκε το νομοσχέδιο 4964/2022 «Διατάξεις για την απλοποίηση της περιβαλλοντικής αδειοδότησης, θέσπιση πλαισίου για την ανάπτυξη των Υπεράκτιων Αιολικών Πάρκων, την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης, την προστασία του περιβάλλοντος και λοιπές διατάξεις.» (ΦΕΚ Α' 150).<sup>106</sup>

Τα 201 άρθρα του περιλαμβάνουν ρυθμίσεις σχετικά με την περιβαλλοντική αδειοδότηση, την απλοποίηση των ενεργειακών επενδύσεων και τα θαλάσσια αιολικά πάρκα, τους Δασικούς Χάρτες, όπως τη δημιουργία πλατφόρμας για την τακτοποίηση των δασικών αυθαιρέτων, καθώς και τη διαδικασία που αφορά τα πρόδηλα σφάλματα, τις πολεοδομικές ρυθμίσεις για τις οικοδομικές άδειες, τους όρους δόμησης και τις παρεκκλίσεις σε εκτός σχεδίου περιοχές.

Από το νομοσχέδιο και με απόφαση του υπουργού Περιβάλλοντος και Ενέργειας, Κώστα Σκρέκα, αποσύρθηκε το κεφαλαίο που αφορούσε την χρήση γης σε προστατευόμενες περιοχές NATURA.

Στα κύρια σημεία του νομοσχεδίου προβλέπονται:

- Θέσπιση του πλαισίου για την ανάπτυξη Υπεράκτιων Αιολικών Πάρκων
- Απλοποίηση της διαδικασίας περιβαλλοντικής αδειοδότησης και ελέγχων,
- Ρύθμιση θεμάτων Ο.ΦΥ.ΠΕ.Κ.Α. και Πράσινου Ταμείου,

<sup>105</sup> ΟΟΣΑ (2021). *Αξιολογήσεις Περιβαλλοντικών Επιδόσεων, Ελλάδα 2020, Highlights*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://ypen.gov.gr/wp-content/uploads/2020/11/OECD-EPR-Greece-2020-Highlights-Greek.pdf>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

<sup>106</sup> Ν. 4964/2022 με διατάξεις για το περιβάλλον. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.odigostoupoliti.eu/nomos-4964-2022-me-diatakseis-gia-to-perivallon002F>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

- Ρύθμιση θεμάτων δασικών χαρτών και επιτρεπόμενων χρήσεων σε δασικές εκτάσεις,
- Ρύθμιση θεμάτων χρηματοδότησης για την κατασκευή υποδομών φυσικού αερίου και ηλεκτρικής ενέργειας,
- Ρύθμιση θεμάτων κυκλικής οικονομίας,
- Αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης

### 3.6.2 Πέντε Δυνάμεις του PORTER

#### *ι. Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων*

Η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διαθέτει το μεγαλύτερο ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας και συγκεκριμένα για το 2020 2.195 μονάδες σε σύνολο 10.065 μονάδων, δηλαδή ποσοστό 21.8%. Ακόμα, μαζί με την Κρήτη, στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου συναντώνται τα περισσότερα ξενοδοχεία 5\* και 4\*. Στη δεκαετία 2010-2020 και στο σύνολο της χώρας, παρατηρείται απότομη αύξηση σε ποσοστό 84% των δωματίων σε μονάδες 5\*, ενώ η επόμενη κατηγορία των 4\* ακολουθεί με μία αύξηση δωματίων μόλις 19%. Συγκεκριμένα στα Δωδεκάνησα βρίσκεται το 11% των συνολικών ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας το 2020. Παρόλα αυτά παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση σε μονάδες 2\* (41%) και ακολουθούν οι μονάδες 4\* (17%) και 5\* (10%) (ΙΝΣΕΤΕ, 2021)<sup>107</sup>. Τα νούμερα αυτά μεταφράζονται σε μεγάλο αριθμό ανταγωνιστών και υψηλό ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς.

Σύμφωνα με το ΙΤΕΠ (2021)<sup>108</sup> το 67% των ξενοδοχείων της Ελλάδας θέτει στόχο για μείωση της κατανάλωσης ενέργειας. Καταγράφεται υστέρηση σε δράσεις εξοικονόμησης ενέργειας και διαφαίνεται ισχυρή διάθεση για σχετικές επενδύσεις. Το 61% του συνόλου των ξενοδοχείων έχει επενδύσει σε δράσεις εξοικονόμησης ενέργειας και το 30.9% σε δράσεις εξοικονόμησης νερού τα τελευταία 5 χρόνια. Τα ξενοδοχεία που διαθέτουν κάποιο πιστοποιήση σχετική με το περιβάλλον και την αειφορία είναι μόλις το 13%. Αυτά που ενδιαφέρονται να αποκτήσουν κάποιου είδους πιστοποίηση αγγίζουν το 79%.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι στον κλάδο του οικολογικού τουρισμού υπάρχει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης των επιχειρήσεων και παράλληλα έντονο ενδιαφέρον προς αυτή την κατεύθυνση. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι η τάση του mindful τουρισμού έχει αναδυθεί κυρίως στην περίοδο της πανδημίας και δεν υπάρχει μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων που έχει υιοθετήσει αυτή την τάση.

Όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχονται, παρουσιάζεται ομοιομορφία καθιστώντας το “προϊόν” μη διαφοροποιημένο. Το ίδιο συμβαίνει και με την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθείται, η οποία δεν παρουσιάζει μεγάλες διαφορές για την εκάστοτε κατηγορία καταλύματος. Συμπεραίνουμε, λοιπόν πως ο βαθμός ανταγωνιστικότητας στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και στο νησί της Πάτμου είναι ιδιαίτερα μεγάλος.

<sup>107</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2021). *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020*. Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, 73-80. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12\\_South\\_Aegean-3.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_South_Aegean-3.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

<sup>108</sup> ΙΤΕΠ (2021). *Σχεδιάζοντας ένα Αειφόρο, “Πράσινο” Ξενοδοχείο*, 5-21. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2021/07/ITEP\\_Environment\\_new\\_public.pdf](https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2021/07/ITEP_Environment_new_public.pdf), (Προσπελάστηκε 23/10/2022).



#### *ii. Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων*

Ο ανοδικός ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς, ιδιαίτερα μετά την εξισορρόπηση των επιπτώσεων της πανδημίας αλλά και με τις πρώτες θετικές ενδείξεις παρά την έναρξη του πολέμου στην Ουκρανία, επηρεάζει θετικά τους δυνητικούς ανταγωνιστές να εισέλθουν στην αγορά. Αν λάβουμε υπόψιν τις πληθωριστικές τάσεις και την παρούσα κατάσταση στην αγορά των ακινήτων και των οικοπέδων, κάτι τέτοιο εμφανίζει αυξημένο κόστος και απαιτεί υψηλό κεφάλαιο.

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων φαίνεται να διευκολύνεται ακόμα περισσότερο με τις νομοθετικές ρυθμίσεις που διευκολύνουν την αδειοδότηση νέων επιχειρήσεων, με την πρόσβαση σε ηλεκτρονικά κανάλια διανομής και με τις ευκαιρίες εκμετάλλευσης θεματικού τουρισμού για τη διαφοροποίηση του προϊόντος.

#### *iii. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών*

Οι προμηθευτές του Ξενοδοχειακού κλάδου δεν παρουσιάζουν μεγάλη δύναμη, αφού τα προϊόντα που προμηθεύουν δεν παρουσιάζουν διαφοροποίηση και το κόστος αλλαγής προμηθευτή δεν είναι μεγάλο. Παρόλα αυτά, το γεγονός ότι το 45% των τουριστών παγκοσμίως, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2014), έχει ως κριτήριο τα τοπικά προϊόντα και τρόφιμα για την επιλογή ταξιδιωτικού προορισμού, ενισχύει ως ένα σημείο τη θέση των προμηθευτών (Βαρελάς Σ. & Γεωργόπουλος Ν., 2017). Σε επίπεδο τοπικών προμηθευτών, το νησί της Πάτμου παρουσιάζει περιορισμούς και οι παραγωγοί ή προμηθευτές τοπικών προϊόντων είναι συγκεκριμένοι.

#### *iv. Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών*

Η βάση πελατών της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου είναι αρκετά μεγάλη, με 2,4 εκ. αφίξεις και 13,4 εκ. διανυκτερεύσεις το 2021. Η τεχνολογία ωστόσο δίνει την δυνατότητα στους αγοραστές να εξετάζουν διεξοδικά τις εναλλακτικές τους και να πληροφορούνται λεπτομερώς μέχρι να καταλήξουν στην τελική επιλογή τους. Οι παράγοντες αυτοί, σε συνδυασμό με την ομοιομορφία του προϊόντος των ξενοδοχειακών μονάδων δίνει στους πελάτες του κλάδου μεγάλη ισχύ.

#### *v. Απειλή υποκατάστατων*

Υποκατάστατα “προϊόντα” της υπό μελέτη μονάδας θεωρούνται τα ξενοδοχεία κατηγορίας 4 και 5 αστέρων, καθώς και καταλύματα σε μορφή villas. Όσον αφορά τα πρώτα, όπως είδαμε αποτελούν την πλειονότητα της Περιφέρειας. Και στις δύο περιπτώσεις οι μονάδες είναι σαφώς πιο περιορισμένες στο νησί της Πάτμου, το οποίο συγκεντρώνει περισσότερα καταλύματα στην κατηγορία 2 αστεριών. Παρόλα αυτά, σε επίπεδο περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, η απειλή των υποκατάστατων είναι ιδιαίτερα αυξημένη.

### **3.7 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Κρίνεται απαραίτητο για την επιχείρηση να εξεταστεί το εσωτερικό της επιχειρηματικό περιβάλλον μέσω της SWOT Analysis, για την κατάρτιση της οποίας αντλούνται στοιχεία τόσο από το εσωτερικό περιβάλλον (δυνατά και αδύνατα σημεία), καθώς επίσης και από το εξωτερικό περιβάλλον (ευκαιρίες και απειλές).

Ένα άλλο απαραίτητο εργαλείο για την αξιολόγηση των πόρων που είναι διαθέσιμοι και ενισχύουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης είναι το VRIO. Πιο

συγκεκριμένα, οι πόροι πρέπει να είναι Πολύτιμοι (Valuable), Σπάνιοι (Rare), Μη-Αντιγράψιμοι (Inimitable) και η επιχείρηση Οργανωμένη (Organized). Για τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μια επιχείρηση θα πρέπει να προσπαθεί αδιάκοπα για τη ύπαρξη και των τεσσάρων αυτών παραμέτρων.

### Swot Analysis

ΔΥΝΑΜΕΙΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
Επενδυτής γνωστός στην τοπική κοινωνία ως επιχειρηματίας και ως άνθρωπος με καλή φήμη	Απειρία στον ξενοδοχειακό κλάδο
Κουλτούρα υψηλής κοινωνικής και περιβαλλοντικής συνείδησης	Στην ίδια περιοχή βρίσκονται τα περισσότερα ξενοδοχεία υψηλής κατηγορίας και ανταγωνιστές της υπό αξιολόγηση μονάδας
Ιδανική τοποθεσία της μονάδας, σε ένα μέρος που έχει συμπεριληφθεί στους ωραιότερους κόλπους του κόσμου, ακριβώς δίπλα στη θάλασσα	Περιορισμένα τετραγωνικά μέτρα οικοπέδου, δεν επιτρέπουν τη δημιουργία πολλών facilities
Διεύρυνση πελατειακής βάσης μέσω των άλλων επιχειρήσεων	
Ευκολία στη σύναψη συμφωνιών με τοπικούς παραγωγούς λόγω προηγούμενης σχέσης	
Επένδυση ιδίων κεφαλαίων, μικρή ανάγκη για δανεισμό	
Παροχή μεγάλου εύρους υπηρεσιών και δραστηριοτήτων για tailor made διακοπές και high-end πελάτες	
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Αναβάθμιση του νησιού μέσω των νέων κονδυλίων για την περιφέρεια ΝΑ	Επιπτώσεις πολέμου στην Ουκρανία ή κορύφωση των εντάσεων
Αυξανόμενη ζήτηση για οικολογικό και υπεύθυνο τουρισμό	Πιθανή μετάλλαξη και επαναφορά μέτρων λόγω του COVID-19
Φήμη, θρησκευτικός και πολιτιστικός πλούτος του νησιού	Πληθωριστικές τάσεις και αυξημένα επιτόκια
Περιορισμένος αριθμός ξενοδοχείων με οικολογικές πρακτικές και mindful περιεχόμενο	Ενεργειακή κρίση και υψηλά κόστη ενέργειας
Τάση καταναλωτών στην μετά covid εποχή για πιο αυθεντικά μέρη, με λιγότερο συνωστισμό	Δυσκολία στην εύρεση προσωπικού
Εκμετάλλευση τεχνολογίας για εξατομικευμένη διαμονή	Μικρής διάρκειας τουριστική σεζόν
Ακτοπλοϊκή σύνδεση Πάτμου με Πειραιά, Καβάλα, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα και Βόρειο Αιγαίο	Ενίσχυση ανταγωνιστών και εισαγωγή νέων ανταγωνιστών

Πίνακας 31: Swot Analysis

## 3.8 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Η στρατηγική μιας επιχείρησης αποτελεί τα θεμέλιά της. Δείχνει το "δρόμο" μέσω του οποίου θα επιτύχει τους σκοπούς της, ενώ ταυτόχρονα ορίζει το λόγο ύπαρξής της στον κλάδο και την προσφορά της στην κοινωνία.

### Όραμα

Το όραμα της επιχείρησης και του επενδυτή είναι η ανάδειξη της Πάτμου και η γνωριμία του επισκέπτη με όλες τις πτυχές της. Μέσα από την στρατηγική του, ο επενδυτής θα επιχειρήσει να γίνει «το πρόσωπο της Πάτμου για τον επισκέπτη». Αυτό θα επιτευχθεί με την Πατινώτικη φιλοξενία, τις τοπικές γεύσεις, την επαφή με τους ντόπιους, τη σύνδεση με το φυσικό τοπίο.

### Αποστολή

Η πρόταση αποστολής της επιχείρησης πρέπει να ορίζεται με σαφήνεια και κατανοητό τρόπο τόσο προς τους πελάτες όσο και προς τους εργαζομένους, έτσι ώστε να μπορεί να γνωστοποιηθεί και να εφαρμοστεί.

Αποστολή της υπό εξέταση επιχείρησης είναι η ουσιαστική γνωριμία του επισκέπτη με την Πάτμο, μέσα από την παροχή βιώσιμης και πολυτελούς διαμονής.

Στην αποστολή αυτή ενσωματώνεται η φιλοσοφία του επενδυτή σχετικά με την κοινωνία της Πάτμου και τον σεβασμό στο περιβάλλον, αλλά και οι σύγχρονες απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης για υψηλό επίπεδο διαμονής και εξυπηρέτησης και αυθεντικές στιγμές χαλάρωσης και επανασύνδεσης με τη φύση και τους ανθρώπους. Από τη δήλωση αυτή προκύπτει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, που αφορά την «αυθεντική πολυτέλεια», μία φράση που χαρακτηρίζει το προϊόν της.

### Αντικειμενικοί στόχοι

Οι αντικειμενικοί στόχοι της επιχείρησης αφορούν:

1. Τη βιωσιμότητα
2. Την επίτευξη κέρδους
3. Την αξιοποίηση των εθνικών πόρων (υποδομές- φυσικό περιβάλλον) και
4. Την εκμετάλλευση της ευκαιρίας εισόδου στη συγκεκριμένη αγορά προϊόντος.

### Στρατηγικοί σκοποί

Οι στρατηγικοί σκοποί της επιχείρησης συνοψίζονται ως εξής:

1. Εδραίωση του mindful τουρισμού και εισαγωγή διαφοροποιημένου προϊόντος στο νησί της Πάτμου.
2. Δημιουργία επαναλαμβανόμενων πελατών από το δεύτερο κίολας χρόνο λειτουργίας.
3. Υψηλές πληρότητες σε ποσοστά κοντά στον μέσο όρο των Δωδεκανήσων (50%) αλλά και επέκταση της τουριστικής σεζόν για το κατάλυμα με πρόσθετες δραστηριότητες από το Πάσχα έως τον Οκτώβριο.
4. Αύξηση του μεριδίου αγοράς στην πρώτη 5ετία και αύξηση των εσόδων κατά 7% ετησίως.
5. Διασφάλιση υψηλής ποιότητας και νέας τεχνολογίας στις υπηρεσίες και τα προϊόντα με ταυτόχρονη σταδιακή μείωση του συνολικού κόστους σε διάστημα 3 ετών.
6. Περιβαλλοντικό αποτύπωμα σε κάθε δραστηριότητα και ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας μέσω δωρεών και εθελοντικών δράσεων.
7. Εκπαίδευση προσωπικού με σκοπό την εξειδίκευση σε θέματα βιώσιμου τουρισμού στην αρχή κάθε σεζόν.

### Επιχειρησιακή στρατηγική (Corporate strategy)

Ο επιχειρηματίας διαθέτει δύο επιχειρήσεις στο νησί της Πάτμου, ένα εστιατόριο και ένα σκάφος εκδρομών. Εν μέσω της παγκόσμιας κρίσης επιδιώκει τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της νέας επιχείρησης φιλοξενίας και γι' αυτόν το λόγο ακολουθεί ως στρατηγική ανάπτυξης τη συσχετισμένη διαποίκιση με εσωτερική ανάπτυξη, μιας και οι νέες δραστηριότητες που αναλαμβάνει επεκτείνονται πέραν της εστίασης και αφορούν άλλον παρεμφερή κλάδο, τον ξενοδοχειακό, με τη δημιουργία από το μηδέν μιας νέας επιχείρησης. Η στρατηγική αυτή θα συμβάλει στην αύξηση των πωλήσεων, των κερδών και του μεριδίου αγοράς και θα συνδέσει όλες τις επιχειρήσεις με αμοιβαία οφέλη.

### Επιχειρηματική στρατηγική (Business Strategy)

Η διαφοροποίηση του συνολικού προϊόντος της επιχείρησης από αυτά των υπόλοιπων επιχειρήσεων του κλάδου αποτελεί την επιχειρηματική στρατηγική της.

Ειδικότερα, αφορά την παροχή μοναδικών προϊόντων, από τα οποία αποκομίζουν αξία οι πελάτες. Όλο και πιο πολύ παρατηρείται η ευαισθητοποίηση του αγοραστικού κοινού σε περιβαλλοντικά θέματα και σε θέματα ανθρώπινης αλληλεγγύης. Γι' αυτόν το λόγο αρκετοί αγοραστές τείνουν να προτιμούν ακόμα και με επιπλέον κοστολογική επιβάρυνση να οργανώνουν διακοπές που θα τους προσφέρουν όχι μόνο ποιότητα, την οποία εγγυάται η ανερχόμενη επιχείρηση, αλλά και εξατομικευμένη εξυπηρέτηση έχοντας επιλέξει ανθρώπους που ασπάζονται τη φιλοσοφία σχετικά με το σεβασμό προς το περιβάλλον και τον άνθρωπο. Με αυτόν τον τρόπο η διαφοροποίηση του προσφερόμενου προϊόντος θα συμβάλλει στην ολοκλήρωση της τουριστικής εμπειρίας μέσω της παροχής ποιοτικών και πολυτελών προϊόντων και μέσω της επιμελούς φροντίδας εκ μέρους όλων των εργαζομένων της. Η επιχείρηση θα εισάγει τον mindful τουρισμό στο νησί και θα παντρέψει την πολυτέλεια με την αυθεντικότητα μίας mindful διαμονής. Κάθε στοιχείο μέσα στο ξενοδοχείο αλλά και κάθε δραστηριότητα της επιχείρησης θα αναδεικνύει την Πάτμο, θα ενισχύει την τοπική κοινωνία και θα χαρίζει στιγμές πολυτέλειας και ουσιαστικής χαλάρωσης στους επισκέπτες.

### Λειτουργική στρατηγική (τμημάτων)

Στη λειτουργική στρατηγική καθοριστικό ρόλο έχει η μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας των πόρων που διαθέτουμε.

- Η επιχείρηση θα προσλάβει εργαζομένους με δεξιότητες και εμπειρία στον κλάδο οι οποίοι θα εκπαιδευτούν κατάλληλα για τον ρόλο και τη φιλοσοφία.
- Κατά προτίμηση το εργατικό δυναμικό θα προέρχεται από την Πάτμο.
- Οι πρώτες ύλες και τα προϊόντα θα προέρχονται από τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές, με τους οποίους ήδη συνεργάζεται ο επιχειρηματίας.
- Θα γίνει έρευνα αγοράς για προϊόντα που έως τώρα δε χρειάστηκε να προμηθευτεί για την υπάρχουσα επιχείρηση ο επιχειρηματίας, ώστε να είναι και ποιοτικά και οικολογικά.
- Θα χρησιμοποιήσει νέες και οικονομικές μεθόδους διαφήμισης και μάρκετινγκ.
- Θα γίνεται συνεχής έρευνα και προσαρμογή σε νέες τεχνολογίες που αφορούν τον ξενοδοχειακό τομέα.
- Θα τεθούν συγκεκριμένα πρότυπα καθαριότητας και housekeeping.
- Η κουζίνα του πρωινού και του snack bar θα λειτουργούν βάσει των υγειονομικών πρωτοκόλλων, με γνώμονα την ποιότητα και τις ιδιαιτερότητες κάθε πελάτη (π.χ. αλλεργίες, δυσανεξίες, vegan).

### Πολιτικές

Οι βασικές πολιτικές που θα ακολουθεί η επιχείρηση αφορούν:

- Ικανοποίηση προσδοκιών των πελατών, του κοινωνικού συνόλου και των συνεργατών.
- Καμία μείωση κόστους, αν διακυβεύεται το υψηλό επίπεδο της ποιότητας.
- Άμεση ανταπόκριση στα αιτήματα και στα παράπονα πελατών. Άμεση επίλυση αυτών.

- Ανατροφοδότηση σχολίων πελατών για βελτίωση των υπηρεσιών και των προϊόντων και πιθανή εύρεση νέων μελλοντικών αναγκών (προωθώντας την καινοτομία).
- Ελαχιστοποίηση των ενεργειών που έχουν αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον.
- Υψηλά πρότυπα καθαριότητας και απολύμανσης.
- Προτεραιότητα σε φυσικά υλικά σε όλα τα επίπεδα προμηθειών και σε προϊόντα που παράγει το νησί.

### Αξίες

Η επιχείρηση, και οι εργαζόμενοι ως επέκτασή της, θα κινείται με γνώμονα τις αξίες της. Αυτές επικεντρώνονται στον σεβασμό στη φύση και στον άνθρωπο, στη συνέπεια λόγων και πράξεων, στη συνεχή βελτίωση και καινοτομία, στην αλληλεγγύη και τη συνεργασία.

## 3.9 MARKETING

### 3.9.1 Στρατηγικό marketing (STP)

#### *i. Τμηματοποίηση (Segmentation)*

Η υπό εξέταση μονάδα θα προσφέρει διαφοροποιημένο προϊόν και υπηρεσία από τον ανταγωνισμό σε ένα ή περισσότερα τμήματα της αγοράς. Για να καθοριστούν αυτά τα τμήματα, θα γίνει τμηματοποίηση της αγοράς με βάση τα εξής κριτήρια:

#### *- Γεωγραφικά κριτήρια*

Το Νότιο Αιγαίο έχει υψηλή ζήτηση για τις παραδοσιακές αγορές, όπως Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία, Σκανδιναβία, Ρωσία, Ολλανδία, Αυστρία και ΗΠΑ. Αγορές προς αξιοποίηση θεωρούνται η Τουρκία, το Ισραήλ, η Πολωνία, η Αυστραλία, η Κίνα, οι Αραβικές και Ασιατικές αγορές.

Οι Σκανδιναβικές χώρες παρουσιάζουν την μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι (1.617 ευρώ) και ακολουθούν η Ρωσία (1.368 ευρώ), η Γερμανία (1.204 ευρώ), η Ολλανδία (1.091 ευρώ), το Ηνωμένο Βασίλειο (1.015 ευρώ), η Γαλλία (1.000 ευρώ) και η Ιταλία (742 ευρώ).

Τη μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής επιλέγουν οι Γερμανοί με 11,9 νύχτες, οι Άγγλοι με 10,2 νύχτες, οι Ιταλοί με 9,1 νύχτες και οι Γάλλοι με 8,9 νύχτες.<sup>109</sup>

#### *- Δημογραφικά κριτήρια*

Τα τμήματα της αγοράς που επισκέπτονται το Νότιο Αιγαίο παρουσιάζουν χαρακτηριστική ποικιλομορφία και κάλυψη όλων των ειδικών στρωμάτων. Οι επισκέπτες παρουσιάζουν στο μεγαλύτερο ποσοστό υψηλό εισόδημα και υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των Βρετανών που ταξιδεύουν στην Ελλάδα για «Ήλιο & Θάλασσα», κατέχουν οι ομάδες ηλικιών μεταξύ 35–44 και 55–64 ετών. Ο μέσος όρος ηλικίας των Βρετανών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα για το προϊόν «Πολιτισμός & Θρησκεία» είναι 45,2 έτη.

<sup>109</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2020). *Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου Οδικός Χάρτης 2015-2020*, 11-13. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK\\_MRKTNG-PLAN-NOTIOY-AIGALIOY\\_compressed.pdf](#), (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

Οι Γερμανοί τουρίστες της κατηγορίας «Ηλιος & Θάλασσα» είναι ηλικίας 25–64 ετών, ενώ το μεγαλύτερο μερίδιο κατέχει η ομάδα 35–44 ετών. Οι αντίστοιχοι τουρίστες που επιλέγουν τον τουρισμό «Πολιτισμός & Θρησκεία» είναι στην πλειοψηφία τους ηλικίας 45–64 ετών (61%).

Οι Ρώσοι ταξιδιώτες «Ηλιος & Θάλασσα» αντιπροσωπεύουν όλες τις ηλικίες, ήτοι 25–64 ετών, κυρίως όμως ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 25–34 ετών. Η πλειοψηφία των Ρώσων τουριστών «Πολιτισμός & Θρησκεία» είναι ηλικίας 25–44 ετών (60%). Ο μέσος όρος ηλικίας των τουριστών είναι ιδιαίτερα χαμηλός και ίσος με 37 έτη.

Ο Ιταλός που επισκέπτεται την Ελλάδα για «Ηλιο & Θάλασσά» είναι ηλικίας 25–44 ετών.

Οι Ολλανδοί τουρίστες του προϊόντος «Ηλιος & Θάλασσα» είναι ηλικίας 35–74 ετών, με μεγαλύτερο μερίδιο να κατέχει η ηλικιακή ομάδα 45–54 ετών.

Ο Σκανδιναβός που επισκέπτεται την Ελλάδα για «Ηλιο & Θάλασσα» είναι ηλικίας 25–64 ετών, ενώ το μεγαλύτερο μερίδιο κατέχει η ηλικιακή ομάδα 55–64 ετών.

Ο Γάλλος που επισκέπτεται την Ελλάδα για «Ηλιο & Θάλασσα» είναι ηλικίας 45–64 ετών, ενώ ένας στους πέντε ανήκει στις ηλικίες 35–44 ετών.

Η πλειοψηφία των Γάλλων τουριστών «Πολιτισμός & Θρησκεία» είναι ηλικίας 45–54 ετών (52%).<sup>110</sup>

#### - Lifestyle

Οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ, ηλικίας 45-64 και τις Σκανδιναβικές χώρες, ηλικίας 20-30 και οικογένειες 50-64, ενδιαφέρονται για επίσκεψη σε αξιοθέατα και αγορές.

Οι Γερμανοί και Ολλανδοί τουρίστες, όλων των ηλικιών σε ζευγάρια ή οικογένειες, προτιμούν την χαλάρωση, τις δραστηριότητες στη θάλασσα, το κολύμπι και την ηλιοθεραπεία.

Τα ζευγάρια ηλικίας 25-34 και 35-64 από την Ρωσία απολαμβάνουν την ανακάλυψη του τοπίου και τις εκδρομές στην περιοχή.

Οι επισκέπτες από την Τουρκία, ζευγάρια ηλικίας 25-34 και οικογένειες ηλικίας 55-64, καθώς και επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο, οικογένειες και ζευγάρια ηλικίας 25-64, ενδιαφέρονται για την απόλαυση του φαγητού και την περιήγηση σε τοπία.

Οι τουρίστες από την Αυστραλία αποτελούν ανερχόμενη αγορά και ενδιαφέρονται για την γνωριμία με τον τόπο και τον τρόπο ζωής των κατοίκων.

Τα ζευγάρια ηλικίας 35-64 από την Ιταλία και τη Γαλλία επιλέγουν την χαλάρωση, την ηλιοθεραπεία και την ανακάλυψη του τοπίου.

Η Πάτμος συγκεκριμένα προσελκύει επισκέπτες που ενδιαφέρονται να μυηθούν στην τοπική κουλτούρα. Οι δραστηριότητες στη θάλασσα και τη φύση σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, ολοκληρώνουν την εμπειρία του επισκέπτη μέσα από την χαρά της ανακάλυψης των όμορφων τοποθεσιών του προορισμού. Η γνωριμία με το αυθεντικό στοιχείο ενισχύεται από τον ιδιαίτερο χαρακτήρα και την κουλτούρα του νησιού, το αίσθημα δέους για το παρελθόν, την θρησκευτική κατάνυξη και την ιδιαίτερη αρχιτεκτονική. Η

<sup>110</sup> Deloitte, Remaco (2021). Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. INΣΕΤΕ Intelligence.

πλούσια τοπική κουζίνα με μοναδικές συνταγές και προϊόντα που επί γενεές συμβάλλουν στην υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή, βοηθά στην ανάδειξη της ιδέας του Ευ Ζην.

- Συμπεριφορικά κριτήρια

Οι Ρώσοι και οι Τούρκοι επισκέπτες προχωρούν στην κράτηση των διακοπών τους ένα μήνα πριν την επιθυμητή ημερομηνία. Οι Ολλανδοί σε ποσοστό 74% πραγματοποιεί online κράτηση αρκετά νωρίτερα. Οι επισκέπτες από Σκανδιναβικές χώρες ολοκληρώνουν την κράτηση 4-6 μήνες νωρίτερα. Οι Γερμανοί επισκέπτες έχουν υψηλές απαιτήσεις. Οι Ιταλοί τουρίστες παραμένουν απαιτητικοί αναζητώντας όμως και το χαμηλό κόστος. Οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο δίνουν προτεραιότητα στην ασφάλεια και αναζητούν επιλογές value for money. Οι Γάλλοι επισκέπτες εκτιμούν το φαγητό και το ποτό. Οι επισκέπτες από την Αυστραλία αναζητούν την αυθεντικότητα και τη σύνδεση με το φυσικό τοπίο, ενώ οι Αμερικάνοι απολαμβάνουν τις έντονες εμπειρίες με πληθώρα δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας (ΙΝΣΕΤΕ, 2020) <sup>111</sup>.

ii. *Targeting*

Σύμφωνα με τη λογική του concentrated marketing, θα επιλεγεί μία στρατηγική στόχευσης selective specialization, δηλαδή τα δύο ελκυστικότερα τμήματα της παραπάνω ανάλυσης και θα διαμορφωθεί το τουριστικό προϊόν για αυτά. Ο στόχος είναι η μείωση του κινδύνου και της εξάρτησης από ένα μόνο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς. Παράλληλα, είναι μία στρατηγική που θα βοηθήσει την επιχείρηση να αναπτύξει ένα νέο προϊόν με περιορισμένους πόρους.

Τα τμήματα αυτά στα οποία θα στοχεύσει η επιχείρηση είναι:

- 1) Ζευγάρια και οικογένειες, υψηλού εισοδήματος, ηλικίας 25-55
- 2) Mindful τουρίστες

iii. *Positioning*

Σκοπός της στρατηγικής τοποθέτησης του προϊόντος είναι η διαδικασία δημιουργίας μίας ξεκάθαρης εικόνας στον πελάτη για το τι ακριβώς προσφέρει το κατάλυμα, ώστε το τελευταίο να καταλαμβάνει μία ξεχωριστή θέση αξίας σε σχέση με τον υφιστάμενο ανταγωνισμό.

Η υπό εξέταση μονάδα έχει σκοπό να τοποθετηθεί στην αντίληψη του καταναλωτή ως ένα απόλυτα εναρμονισμένο με το περιβάλλον κατάλυμα, με οικολογικές πρακτικές, με σκοπό την ενίσχυση και ανάδειξη της τοπικής κοινωνίας και κουλτούρας, κατάλληλο για απόλυτη χαλάρωση, αναζωογόνηση και επανασύνδεση με τον εαυτό και τους γύρω. Με λίγα λόγια, η μονάδα προσφέρει την απόλυτη Πατινιώτικη εμπειρία μέσα σε ένα πλαίσιο πολυτέλειας και ανέσεων.

Μέσα από αυτή την εικόνα, η επιχείρηση σκοπεύει να επικεντρωθεί στο διαφοροποιημένο προϊόν και στα οφέλη που αποκομίζει ο επισκέπτης μέσα από αυτό αλλά και να ξεχωρίσει από τον ανταγωνισμό. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν μία value for money διαμονή, σε ιδανική τοποθεσία, σε έναν από τους ωραιότερους κόλπους του κόσμου, με θέα τον βράχο της Καλλικατσούς και την αυθεντικότητα που αποπνέει το ψαροχώρι του Γροίκου, σε συνδυασμό με ποιοτική, προσωποποιημένη εξυπηρέτηση σε έναν χώρο αρχιτεκτονικά σχεδιασμένο να αποπνέει ηρεμία και χαλάρωση.

<sup>111</sup> ΙΝΣΕΤΕ (2020). *Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου Οδικός Χάρτης 2015-2020*, 11-13. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK\\_MRKTNG-PLAN-NOTIOY-AIGALIOY\\_compressed.pdf](#). (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

### 3.9.2 Τακτικό marketing (7 Ps)

#### *i. Product*

Η υπό εξέταση επιχείρηση θα παρουσιάσει ένα διαφοροποιημένο προϊόν, με υψηλή ποιότητα, προσθήκες σε επίπεδο σχεδιασμού και στόχο να εκπληρώνει τις ανάγκες των επισκεπτών. Η στρατηγική του προϊόντος επικεντρώνεται στην διαφοροποίηση με εστίαση σε συγκεκριμένο, καινοτόμο προϊόν για το νησί της Πάτμου.

#### Εγκαταστάσεις

Οικόπεδο: 645 μέτρα, με μέγιστη δόμηση 400 τ.μ.

Οι σουίτες του ξενοδοχείου, δέκα στο σύνολο, βρίσκονται σε δύο επίπεδα (ύψους 3,2 το καθένα)

6 Executive Double Suites (20 τ.μ. – 3\*6.67) και 8 τ.μ. (3\*2.667) ιδιωτική πισίνα και ξαπλώστρες

4 Executive Family Suites (30 τ.μ. – 3\*10) και 10 τ.μ.(2\*5) ιδιωτική πισίνα και ξαπλώστρες

Στο κεντρικό κτίριο βρίσκονται η reception (15 τ.μ.), μία κοινόχρηστη τουαλέτα 8 τ.μ. (1 αντρική, 1 γυναικεία, 1 ΑΜΕΑ), ο χώρος παρασκευής και παροχής του πρωινού (30 τ.μ.) και μία αποθήκη 7 τ.μ.

Στον εξωτερικό χώρο υπάρχει ένας μικρός κήπος με λαχανικά, καθίσματα, ξαπλώστρες και πουφ, στέγαστρο για γυμναστική και δραστηριότητες, ο σταθμός φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων (245 τ.μ.).

#### Παροχές

- Check-in στις 14.00
- Check-out στις 11.00
- Early check-in / late check-out κατόπιν διαθεσιμότητας
- Καλωσόρισμα με φρούτα και κρασί Πάτμου από το κτήμα Patoinos
- Μεταφορά από και προς το λιμάνι με mini van
- Room service 7.00-23.00
- Reception 6.00-00.00
- Δωρεάν Wi-fi σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου
- Υπηρεσία αφύπνισης
- Καθημερινή υπηρεσία καθαριότητας
- Υπηρεσία πλυντηρίου σε εξωτερικό συνεργάτη
- Smart TV
- Θέα στη θάλασσα
- Κλιματισμός
- Mini Bar με επιπλέον χρέωση
- Καφετιέρα, compostable κάψουλες καφέ και τσάι
- Οικολογικά προϊόντα προσωπικής φροντίδας από φυσικά υλικά και περιλαμβάνουν σαπούνι χεριών, σαμπουάν, μαλακτική μαλλιών, αφρόλουτρο, κρέμα σώματος, αντισηπτικό, σερ ζυρίσματος, σερ ραπτικής, σερ οδοντικής περιποίησης, παντόφλες, μπουρνούζι, τσάντα θαλάσσης, χειροπετσέτες.
- Στεγνωτήρας μαλλιών
- Ντους με υδρομασάζ
- Ντουλάπα με κρεμάστρες
- Safe box



- Σίδερο και σιδερώστρα
- Πρίζες με αντάπτορες και usb
- Χειροποίητα στρώματα από φυσικά υλικά
- Στέγαστρο για γυμναστική και yoga
- Ποδήλατα
- Πλήθος δραστηριοτήτων με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν του ξενοδοχείου από πάσχα μέχρι Οκτώβρη  
Γαστρονομία, φύση, πεζοπορίες, αθλητισμός, water sports, εκδρομές, dining, wine tasting, γλέντια, χειροποίητες κατασκευές, ζωγραφική, σύνδεση με πολιτισμικά στοιχεία τη Πάτμου.  
Συγκεκριμένα η διοργάνωση εκδρομών με σκάφος στις παραλίες του νησιού και στα γειτονικά νησιά (Αρkiούς, Ασπρονήσι, Λειψούς) γίνεται από την επιχείρηση που ήδη διατηρεί ο επενδυτής, σε προνομιακές τιμές και με δυνατότητα παραλαβής από τον Γροίκο ή από την Σκάλα.
- Κατόπιν αιτήματος, πραγματοποιούνται θεραπείες σώματος και προσώπου με βιολογικά και φυσικά προϊόντα, καθώς και περιποίηση άκρων ή μαλλιών από εξωτερικούς συνεργάτες του νησιού στο δωμάτιο του επισκέπτη.

### Dining

- Δωρεάν πρωινό καθημερινά από τις 7.30 έως τις 11.00 με τοπικά, βιολογικά προϊόντα. Αναλυτικά θα περιλαμβάνει πληθώρα φρούτων και φυσικών χυμών, σπιτική λεμονάδα, καφέ ελληνικό και γαλλικό, γάλα αγελαδινό, κατσικίσιο και αμυγδάλου, γιαούρτι, χειροποίητα κέικ και κρουασάν, ομελέτες, χυλός βρώμης, χειροποίητο ψωμί σταρένιο και σικάλεως, δημητριακά και χειροποίητες μπάρες δημητριακών, παξιμάδια, τυρόπιτα Πάτμου, γλυκίσματα Πάτμου όπως κουλουράκια, πουγκιά, ξεροτήγανα και λουκουμάδες, γλυκά του κουταλιού, μέλι από τοπικό μελισσοκόμο, μαρμελάδες από γυναικείο συνεταιρισμό, λαχανικά από τον κήπο, αυγά και τυρί από τοπικό παραγωγό. Κατόπιν αιτήματος των πελατών μπορούν να προστεθούν και άλλα υλικά.
- Snack bar από τις 11.00 έως τις 21.00. Θα περιλαμβάνει παραδοσιακές ελληνικές γεύσεις με επιλεγμένα βιολογικά προϊόντα από τοπικούς παραγωγούς και από τον κήπο. Το μενού επικεντρώνεται σε σνακ που παρέχουν ενέργεια και δύναμη και εμπνέονται από την μεσογειακή, ελληνική κουζίνα. Συνοδεύονται από χυμούς, smoothies, τοπικό κρασί και λικέρ, ποτά, αναψυκτικά, cocktails με ελληνικούς τόνους όπως η μαστίχα και το ούζο. Το μενού περιλαμβάνει σαλάτες, πίτσες, παρασκευές με αυγό, πίτες, finger food όπως κεφτεδάκια ή γαρίδες τηγανιτές, πλατό τυριών, κρεατικών ή θαλασσινών σε συνδυασμό με όσπρια και λαχανικά, καθώς και γλυκά όπως ραβανί, γαλατόπιτα, ρυζόγαλο, χαλβά, καρυδόπιτα.
- Καθώς η μονάδα δεν διαθέτει επιπλέον εγκαταστάσεις, προτείνεται στους πελάτες να επισκεφθούν το εστιατόριο του επενδυτή στον Γροίκο για μεσημεριανό και βραδινό, σε απόσταση μικρότερη των 5 λεπτών με τα πόδια από το κατάλυμα.

Τα κτίρια θα κατασκευαστούν με βιοκλιματική αρχιτεκτονική με αξιοποίηση του μικροκλίματος της περιοχής για βέλτιστη έκθεση στον αέρα και το φυσικό φως. Θα υπάρχουν φωτοβολταϊκά συστήματα, ηλιακοί θερμοσίφωνες για παροχή ηλεκτρικής ενέργειας και ζεστού νερού. Στο πρωινό και στο snack bar θα χρησιμοποιούνται φρέσκα προϊόντα από τοπικούς παραγωγούς και από τον κήπο. Στις εγκαταστάσεις θα υπάρχει ειδικός σταθμός φόρτισης ηλεκτροκίνητων οχημάτων.

Θα χρησιμοποιείται ενεργειακά αποδοτικός φωτισμός με φώτα τεχνολογίας LED και

βιολογικός καθαρισμός. Στην καθημερινή καθαριότητα θα χρησιμοποιούνται μη τοξικά καθαριστικά και απορρυπαντικά πλυντηρίου και τα σεντόνια, οι πετσέτες και τα στρώματα θα αποτελούνται από 100% οργανικό βαμβάκι.

Τα δωμάτια είναι non-smoking δωμάτια και παρέχονται βιολογικά προϊόντα περιποίησης μπάνιου σε μεγάλες, επαναγεμιζόμενες συσκευασίες (dispensers).

Θα γίνει εγκατάσταση συστημάτων διακοπής της παροχής ηλεκτρικού ρεύματος με την απομάκρυνση της κάρτας από την υποδοχή στα δωμάτια και τοποθέτηση αυτόματων διακοπών φωτισμού (με φωτοκύτταρο ή χρονοδιακόπτη) στους εξωτερικούς χώρους των εγκαταστάσεων. Η αυτόματη απενεργοποίηση του κλιματισμού στα δωμάτια όταν υπάρχουν ανοιχτά παράθυρα θα βρίσκεται σε λειτουργία.

Η αρχιτεκτονική του κτιρίου και του εσωτερικού των δωματίων θα είναι εμπνευσμένη και εναρμονισμένη με αυτήν του νησιού, με τα χρώματα του λευκού, του γαλάζιου και της γης να επικρατούν. Η επίπλωση θα κινείται σε ξύλινους τόνους, τα κρεβάτια θα είναι χτιστά και οι πόρτες θα έχουν σχήμα καμάρας.

## *ii. Price*

Η τιμολογιακή πολιτική του ξενοδοχείου δεν διαφέρει ιδιαίτερα από τον ανταγωνισμό. Αυτή η στρατηγική τιμολόγησης έχει σαν αμώτερο σκοπό την σύγκριση τιμών με άλλες ξενοδοχειακές μονάδες ίδιου τύπου όπου οι τιμές κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα ανάλογα με την ζήτηση απλά η μονάδα προσφέρει διαφορετική αίσθηση και εμπειρία λόγω της διαφορετικής ταυτότητας και λόγω και μικρής δυναμικότητας δίνει περιθώρια καλύτερης εξυπηρέτησης και ιδιωτικότητας. Η τιμολόγηση γίνεται με στρατηγική διαφοροποίησης της τιμής καθώς οι τιμές αλλάζουν για το ίδιο προϊόν κατά τη διάρκεια της σεζόν.

Επιπλέον, η μονάδα σκοπεύει να παρέχει ειδικές προσφορές προς τους επαναλαμβανόμενους πελάτες έτσι ώστε να ενισχύσει την πιστότητα. Ταυτόχρονα θα υλοποιούνται προσφορές προς όλους τους πελάτες όπως έκπτωση 15% για έγκαιρη κράτηση (πάνω από 3 μήνες πριν την άφιξη), έκπτωση 10% για διαμονή άνω των 7 διανυκτερεύσεων και έκπτωση 8% με προεξόφληση όλης της διαμονής.

Για πιθανές ακυρώσεις, θα ισχύει πολιτική με μερική επιστροφή χρημάτων.

- Η προκαταβολή για την κατοχύρωση της κράτησης ορίζεται σε 25% του συνολικού κόστους διαμονής και σίγουρα δεν μπορεί να είναι μικρότερη από το μίσθωμα μιας ημέρας. Το συνολικό ποσό της κράτησης απαιτείται να εξοφληθεί πριν ή κατά την άφιξη του πελάτη στο κατάλυμα με οποιοδήποτε μέσο πληρωμής.
- Σε περιπτώσεις ευέλικτης πληρωμής, κράτηση με επιστροφή χρημάτων, εφόσον η ακύρωση γίνει 21 ημέρες πριν από την συμφωνημένη άφιξη ο ξενοδόχος υποχρεούται να επιστρέψει ολόκληρη την προκαταβολή. Σε περίπτωση ακύρωσης της κράτησης 20 έως 15 ημέρες πριν την άφιξη, θα χρεωθεί το 50% του συνολικού κόστους της κράτησης. Σε περίπτωση ακύρωσης της κράτησης 14 έως 7 ημέρες πριν την άφιξη, θα χρεωθεί το 75% του συνολικού κόστους της κράτησης. Σε περίπτωση ακύρωσης της κράτησης 6 έως 1 ημέρες πριν την άφιξη, θα χρεωθεί το 100% του συνολικού κόστους της κράτησης. Σε περίπτωση μη εμφάνισης ή αναχώρησης νωρίτερα από την προγραμματισμένη, χρεώνεται το 100% του συνολικού κόστους της κράτησης.
- Για τις μη επιστρέψιμες κρατήσεις θα ισχύει πολιτική δωρεάν μεταφοράς της κράτησης για μία φορά. Όταν δηλαδή, επιλέξει κάποιος μη επιστρέψιμη τιμή, έχει την επιλογή να αλλάξει ημερομηνίες της κράτησης του έστω μια φορά πριν επιβαρυνθεί με 100% ακυρωτικά.

Επιπλέον, κάθε διανυκτέρευση βαρύνεται με ΦΠΑ13%, δημοτικό φόρο 0.5% και φόρο διαμονής 4 ευρώ.

### *iii. Place*

Στον τουριστικό κλάδο η διανομή αναφέρεται στο σύνολο των δικτύων ή καναλιών που συνδέουν την ξενοδοχειακή επιχείρηση με τους δυνητικούς πελάτες της. Με τον όρο δίκτυο διανομής εννοούμε όλα τα άτομα ή τις επιχειρήσεις που διαμεσολαβούν στην διοχέτευση του τουριστικού προϊόντος από την παραγωγή στην κατανάλωση (Τζωρτζάκης Κώστας 'Γενικές Αρχές Μάρκετινγκ'). Για την καλύτερη και αποδοτικότερη λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης το προτιμότερο είναι να υπάρχει συνδυασμός δικτύων διανομής και όχι να χρησιμοποιείται μόνο ένα δίκτυο διανομής. Ως κανάλια διανομής του ξενοδοχείου θα οριστούν τα παρακάτω:

- Η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου μας
- Πλατφόρμες κρατήσεων όπως Booking και Tripadvisor
- Επιλεγμένα portals που θα έχουν link με το επίσημο site
- Εκθέσεις που θα λαμβάνουμε μέρος, είτε στην Ελλάδα, είτε στο εξωτερικό
- Tour Operators
- Τουριστικά γραφεία

### *iv. Promotion*

- Η προώθηση είναι ένα πολύ σημαντικό συστατικό του μάρκετινγκ, καθώς μπορεί να ενισχύσει την αναγνώριση και τις πωλήσεις της τουριστικής επιχείρησης. Το ξενοδοχείο θα διαθέτει ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου. Συγκεκριμένα, στο Instagram, που αποτελεί ισχυρό εργαλείο προώθησης σε θέματα ταξιδιών και προορισμών, θα δημιουργηθεί σελίδα με πλούσιο φωτογραφικό υλικό που θα παρακινεί τον ταξιδιώτη να το επισκεφτεί. Στην πλατφόρμα του Youtube θα δημιουργηθούν διαδραστικά βίντεο που θα αναδεικνύουν την τοποθεσία, τους χώρους και τις δραστηριότητες του ξενοδοχείου. Φυσικά, πρωταρχικό ρόλο θα διαδραματίσει η παρουσία του ξενοδοχείου στις πλατφόρμες του booking και του tripadvisor, όπου θα υπάρχει αλληλεπίδραση με τον πελάτη και άμεση ανταπόκριση σε κάθε κριτική έτσι ώστε να ενισχυθεί το e-word of mouth.
- Η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου θα σχεδιαστεί με γνώμονα την απλότητα, τους γήινους τόνους και τις εικόνες που θυμίζουν το ελληνικό καλοκαίρι. Ο παραπάνω σχεδιασμός θα παραπέμπει στο τοπίο που θα αντικρίσει ο επισκέπτης αλλά και στην αρχιτεκτονική και τη διακόσμηση του ξενοδοχείου. Στην ιστοσελίδα θα συμπεριληφθεί όλη η πληροφορία για το ξενοδοχείο έτσι ώστε η προώθηση μέσω αυτού να γίνεται στοχευμένα και ο επισκέπτης να παρακινείται στην αγορά. Στοιχεία όπως οι ενημερωμένες τιμές, οι προσφορές και τα πακέτα (με τη μορφή online brochures), οι απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις όπως και η δυνατότητα για booking μέσω της ιστοσελίδας θα παρέχονται στον επισκέπτη. Ακόμη, η ιστοσελίδα θα μεταφραστεί σε αγγλική, γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά και κινέζικα.
- Θα χρησιμοποιηθούν διαφημίσεις μέσω Instagram και μέσω ιστοσελίδων συνδεδεμένων με το νησί (π.χ. patmos.gr). Προτεραιότητα αποτελεί ένα υψηλό SEO, που θα οδηγεί την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου στις πρώτες αναζητήσεις του πιθανού επισκέπτη.

- Το προσωπικό θα συμμετέχει στην καθημερινή ενημέρωση και προώθηση επιπλέον δραστηριοτήτων, όπως εκδρομές, ενοικιάσεις οχημάτων, υπηρεσίες περιποίησης. Στο πλαίσιο αυτό ιδιαίτερη έμφαση θα δίνεται στην προώθηση του εστιατορίου και των εκδρομών με σκάφος του ίδιου επιχειρηματία.
- Η μονάδα θα συμμετέχει με τη μορφή χορηγιών σε ενέργειες που θα ενισχύουν οικολογικές, πολιτιστικές και γαστρονομικές δράσεις στο νησί.
- Η διατήρηση της επικοινωνίας μέσω e-mail με τους επισκέπτες και με loyal πελάτες θα γίνεται σε σταθερή βάση είτε για νέες προσφορές και υπηρεσίες με τη μορφή newsletter είτε για ευχαριστήριο μήνυμα και ευχές μετά το τέλος της διαμονής τους έτσι ώστε να δημιουργήσουμε μια προσωποποιημένη εμπειρία στα πλαίσια του relationship marketing.

#### v. *People*

Η επιλογή προσωπικού θα γίνει με έμφαση στους μόνιμους κάτοικους του νησιού. Προτεραιότητα της επιχείρησης είναι να εντάξει άτομα στην ομάδα με ισχυρό αίσθημα εξυπηρέτησης και πάθος για τον τουρισμό. Η διαδικασία της πρόσληψης θα είναι απλή, ενώ ιδιαίτερη βαρύτητα θα δίνεται στις δεξιότητες και την προσωπικότητα. Θα ακολουθείται μία περίοδος εκπαίδευσης, τόσο σε θέματα εξυπηρέτησης και καθημερινής λειτουργίας, όσο και σε θέματα βιωσιμότητας και πρωτοκόλλων βάσει του COVID-19. Σε επίπεδο ανταμοιβής, η επιχείρηση θα εφαρμόζει ένα δίκαιο σύστημα αμοιβών με δυνατότητες για εξέλιξη και επιπλέον μόνους. Τα φιλοδωρήματα αποτελούν αποκλειστικό δικαίωμα των εργαζομένων. Είναι σημαντικό να διατηρήσουμε τα κίνητρα των εργαζομένων έτσι ώστε να αντλήσουμε από αυτούς την μεγαλύτερη προσπάθεια για άριστη και προσωποποιημένη εξυπηρέτηση.

#### vi. *Physical Evidence*

Η «υλική υπόσταση» ενός ξενοδοχείου είναι η πρώτη εντύπωση που αποκομίζουν οι πελάτες και αποτελεί την συσκευασία της υπηρεσίας, προσδίδοντας το απτό στοιχείο που της λείπει.

Ο σχεδιασμός και η αρχιτεκτονική της μονάδας θα βασιστεί σε γήινους τόνους, με έντονο το στοιχείο της πέτρας και του ξύλου, του πράσινου και του νερού. Σκοπός είναι να υπάρχει πλήρης εναρμόνιση με το περιβάλλον και απόλυτη αίσθηση χαλάρωσης και ηρεμίας. Την κατασκευή θα ολοκληρώσει η χειροποίητη επίπλωση και διακόσμηση, με επιρροές από το παραδοσιακό Πατινιώτικο σπίτι.

Όλα τα παραπάνω συνοδεύουν η θερμή υποδοχή του προσωπικού, οι στολές από οργανικό λινό βαμβάκι σε γήινα χρώματα (φόρεμα για τις γυναίκες, παντελόνι και πουκάμισο για τους άντρες), το χαλαρωτικό άρωμα σε κοινόχρηστους χώρους και δωμάτια (κέδρος, γιασεμί και βανίλια) και τα υψηλά πρότυπα καθαριότητας σε όλους τους χώρους.

#### vii. *Process*

Η μονάδα θα διαθέτει 24ωρη εξυπηρέτηση και διευκολύνσεις σε άτομα με ειδικές ανάγκες ενώ θα προσφέρει γρήγορο check-in/check out, δυνατότητα πληρωμών με όλες τις μεθόδους και υπηρεσία αφύπνισης. Η ροή των διαδικασιών (εξυπηρέτησης, γεύματα, δραστηριότητες) θα είναι προσαρμοσμένη στον εκάστοτε επισκέπτη. Σκοπός είναι η παροχή ασφάλειας, άνεσης και ευκολίας τόσο στον επισκέπτη όσο και στους εργαζομένους και για αυτό οι διαδικασίες που θα ακολουθούνται θα χαρακτηρίζονται από απλότητα. Επιπλέον, δράσεις εντός και εκτός του ξενοδοχείου θα επιτρέπουν την εμπλοκή των επισκεπτών.

### 3.10 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Παρακάτω καθορίζεται το πρόγραμμα παραγωγής, η πληρότητα δηλαδή κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων και έπειτα η εκτίμηση των συνολικών εσόδων από τις πωλήσεις. Γίνεται μία πρόβλεψη για τα επόμενα πέντε έτη λειτουργίας της μονάδας με βάση την εκτιμώμενη πληρότητα. Το πρώτο έτος παρουσιάζεται μία συντηρητική προσέγγιση και σταδιακά γίνονται οι προσαρμογές σύμφωνα με τις εκτιμήσεις για αύξηση της πληρότητας, των τιμών και των εσόδων.

#### Συνολικά έσοδα προγράμματος

Η τιμολόγηση ανά διανυκτέρευση και ανά τύπο δωματίου κυμαίνεται σε παρόμοια πλαίσια με τον ανταγωνισμό και περιλαμβάνει πρωινό. Έχει υπολογιστεί μία ετήσια αύξηση των τιμών 3% από το δεύτερο έτος.

Οι τιμές διαμορφώνονται ανάλογα με την περίοδο:

- Low Season: Απρίλιος, Οκτώβριος
- Mid Season: Μάιος, Σεπτέμβριος(16/9-30/9)
- High Season: Ιούνιος, Σεπτέμβριος( εώς 15/9)
- Super High Season: Ιούλιος, Αύγουστος

Έτος	Τύπος δωματίου	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος
1ο έτος	Executive Junior Suite	134 €	174 €	244 €	366 €	512 €	219 €	134 €
	Executive Family Suite	201 €	261 €	366 €	549 €	768 €	329 €	201 €
2ο έτος	Executive Junior Suite	138 €	179 €	251 €	377 €	528 €	226 €	138 €
	Executive Family Suite	207 €	269 €	377 €	565 €	791 €	339 €	207 €
3ο έτος	Executive Junior Suite	142 €	185 €	259 €	388 €	543 €	233 €	142 €
	Executive Family Suite	213 €	277 €	388 €	582 €	815 €	349 €	213 €
4ο έτος	Executive Junior Suite	146 €	190 €	266 €	400 €	560 €	240 €	146 €
	Executive Family Suite	220 €	286 €	400 €	600 €	839 €	360 €	220 €
5ο έτος	Executive Junior Suite	151 €	196 €	274 €	412 €	576 €	247 €	151 €
	Executive Family Suite	226 €	294 €	412 €	618 €	865 €	371 €	226 €

Πίνακας 32: Μέση τιμή δωματίου ανά μήνα

Σχετικά με τις ημέρες λειτουργίας του ξενοδοχείου, εκτιμάται ότι το πρώτο άνοιγμα το 2023 θα γίνει στις 20 Μαΐου. Για τα επόμενα έτη έχει υπολογιστεί μία σταδιακή αύξηση των ημερών λειτουργίας τους μήνες Απρίλιο και Οκτώβριο, σε συμφωνία με τους στόχους της επιχείρησης που περιλαμβάνουν και την επέκταση της σεζόν.

	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Σύνολο
1ο έτος	0	10	30	31	31	30	0	132
2ο έτος	10	20	30	31	31	30	10	162
3ο έτος	10	31	30	31	31	30	12	175
4ο έτος	15	31	30	31	31	30	15	183
5ο έτος	19	31	30	31	31	30	20	192

Πίνακας 33: Ημέρες λειτουργίας ανά μήνα

Η πληρότητα της ξενοδοχειακής μονάδας ανά περίοδο υπολογίστηκε προσεγγιστικά έχοντας ως δεδομένο την μέση πληρότητα των ξενοδοχείων της περιφερειακής ενότητας Καλύμνου, του Νοτίου Αιγαίου και της Ελλάδας. Μία αρκετά υψηλή πληρότητα έχει εκτιμηθεί για τον μήνα Απρίλιο, με βάση την επισκεψιμότητα που έχει η Πάτμος την περίοδο αυτή. Έχει ακόμα εκτιμηθεί μία ετήσια αύξηση της πληρότητας 2%.

	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Μέση πληρότητα έτους
1ο έτος	0%	27%	75%	85%	88%	60%	0%	48%
2ο έτος	35%	28%	77%	87%	90%	61%	28%	58%
3ο έτος	36%	28%	78%	88%	92%	62%	29%	59%
4ο έτος	36%	29%	80%	90%	93%	64%	29%	60%
5ο έτος	37%	29%	81%	92%	95%	65%	30%	61%

Πίνακας 34: Πληρότητα ανά μήνα για 5 έτη

Τα έσοδα των δωματίων (room division) υπολογίζονται με τον πολλαπλασιασμό αριθμού δωματίων, τιμής δωματίου, ημερών λειτουργίας περιόδου και πληρότητας περιόδου για τους δύο τύπους δωματίων. Κατά το δεύτερο έτος εκτιμάται ετήσια αύξηση 9%, καθώς για πρώτη χρονιά το ξενοδοχείο λειτουργεί τους μήνες Απρίλιο και Οκτώβριο. Στη συνέχεια, η ετήσια αύξηση των εσόδων κυμαίνεται μεταξύ 6% και 7%.

Έτος	Τύπος δωματίου	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Σύνολο	
1ο έτος	Executive Junior Suite	0.00 €	2,822.04 €	32,923.80 €	57,836.14 €	83,828.38 €	23,705.14 €	0.00 €	201,115.50 €	
	Executive Family Suite	0.00 €	2,822.04 €	32,923.80 €	57,836.14 €	83,828.38 €	23,705.14 €	0.00 €	201,115.50 €	
	<b>Σύνολο</b>	<b>0.00 €</b>	<b>5,644.08 €</b>	<b>65,847.60 €</b>	<b>115,672.28 €</b>	<b>167,656.77 €</b>	<b>47,410.27 €</b>	<b>0.00 €</b>	<b>402,231.01 €</b>	
2ο έτος	Executive Junior Suite	2,898.42 €	5,929.67 €	34,589.74 €	60,762.65 €	88,070.10 €	24,904.62 €	2,318.74 €	219,473.94 €	
	Executive Family Suite	2,898.42 €	5,929.67 €	34,589.74 €	60,762.65 €	88,070.10 €	24,904.62 €	2,318.74 €	219,473.94 €	
	<b>Σύνολο</b>	<b>5,796.84 €</b>	<b>11,859.34 €</b>	<b>69,179.49 €</b>	<b>121,525.30 €</b>	<b>176,140.20 €</b>	<b>49,809.23 €</b>	<b>4,637.47 €</b>	<b>438,947.88 €</b>	9.13%
3ο έτος	Executive Junior Suite	3,045.08 €	9,656.05 €	36,339.99 €	63,837.24 €	92,526.45 €	26,164.79 €	2,923.28 €	234,492.87 €	
	Executive Family Suite	3,045.08 €	9,656.05 €	36,339.99 €	63,837.24 €	92,526.45 €	26,164.79 €	2,923.28 €	234,492.87 €	
	<b>Σύνολο</b>	<b>6,090.16 €</b>	<b>19,312.11 €</b>	<b>72,679.97 €</b>	<b>127,674.48 €</b>	<b>185,052.90 €</b>	<b>52,329.58 €</b>	<b>5,846.55 €</b>	<b>468,985.75 €</b>	6.84%
4ο έτος	Executive Junior Suite	4,798.74 €	10,144.65 €	38,178.79 €	67,067.41 €	97,208.29 €	27,488.73 €	3,838.99 €	248,725.59 €	
	Executive Family Suite	4,798.74 €	10,144.65 €	38,178.79 €	67,067.41 €	97,208.29 €	27,488.73 €	3,838.99 €	248,725.59 €	
	<b>Σύνολο</b>	<b>9,597.48 €</b>	<b>20,289.30 €</b>	<b>76,357.58 €</b>	<b>134,134.81 €</b>	<b>194,416.57 €</b>	<b>54,977.46 €</b>	<b>7,677.99 €</b>	<b>497,451.18 €</b>	6.07%
5ο έτος	Executive Junior Suite	6,385.97 €	10,657.97 €	40,110.64 €	70,461.02 €	102,127.03 €	28,879.66 €	5,377.66 €	263,999.94 €	
	Executive Family Suite	6,385.97 €	10,657.97 €	40,110.64 €	70,461.02 €	102,127.03 €	28,879.66 €	5,377.66 €	263,999.94 €	
	<b>Σύνολο</b>	<b>12,771.95 €</b>	<b>21,315.94 €</b>	<b>80,221.27 €</b>	<b>140,922.03 €</b>	<b>204,254.05 €</b>	<b>57,759.31 €</b>	<b>10,755.32 €</b>	<b>527,999.88 €</b>	6.14%

Πίνακας 35: Έσοδα δωματίων κατά τα 5 πρώτα έτη

Η ξενοδοχειακή μονάδα διαθέτει ένα σνακ μπαρ στο κεντρικό κτίριο το οποίο λειτουργεί όλη την ημέρα και προσφέρει καφέ, αλκοολούχα ποτά και μικρά γεύματα. Η συχνότητα επισκέψεων του μπαρ ανά άτομο ανά επίσκεψη εκτιμάται στις 2 φορές ανά επίσκεψη. Το μέσο έσοδο ανά άτομο υπολογίζεται κατά μέσο όρο στα 8€.

Τα έσοδα υπολογίζονται με τον πολλαπλασιασμό του όγκου των επισκεπτών, της συχνότητας επισκέψεων ανά άτομο και του μέσου εσόδου ανά άτομο.

	2023	2024	2025	2026	2027
Όγκος επισκεπτών	1,768.80	2,622.46	2,889.56	3,082.09	3,298.34
Μέσο έσοδο/άτομο	9.00 €	9.00 €	9.00 €	9.00 €	9.00 €
Συχνότητα επισκέψεων	2	2	2	2	2
<b>Σύνολο</b>	<b>31,838 €</b>	<b>47,204 €</b>	<b>52,012 €</b>	<b>55,478 €</b>	<b>59,370 €</b>

Πίνακας 36: Έσοδα snack bar τα 5 πρώτα έτη

Η ξενοδοχειακή μονάδα διαθέτει mini bar σε κάθε δωμάτιο και προσφέρει αλκοολούχα και μη αλκοολούχα ποτά και σνακς. Η συχνότητα επισκέψεων στα mini bar ανά άτομο ανά επίσκεψη εκτιμάται στη 1 φορά ανά επίσκεψη. Το μέσο έσοδο ανά άτομο υπολογίζεται κατά μέσο όρο στα 5€.

	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Ογκος επισκεπτών</i>	1,768.80	2,622.46	2,889.56	3,082.09	3,298.34
<i>Μέσο έσοδο/άτομο</i>	5.00 €	5.00 €	5.00 €	5.00 €	5.00 €
<i>Συχνότητα επισκέψεων</i>	1	1	1	1	1
<b>Σύνολο</b>	<b>8,844 €</b>	<b>13,112 €</b>	<b>14,448 €</b>	<b>15,410 €</b>	<b>16,492 €</b>

Πίνακας 37: Έσοδα mini bar τα 5 πρώτα έτη

Ο συγκεντρωτικός πίνακας που ακολουθεί αποτυπώνει τα λειτουργικά έσοδα της επιχείρησης για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας.

	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Έσοδα δωματίων</i>	402,231.01 €	438,947.88 €	468,985.75 €	497,451.18 €	527,999.88 €
<i>Έσοδα snack bar</i>	31,838.40 €	47,204.21 €	52,012.04 €	55,477.53 €	59,370.05 €
<i>Έσοδα mini bar</i>	8,844.00 €	13,112.28 €	14,447.79 €	15,410.43 €	16,491.68 €
<b>Σύνολο</b>	<b>442,913.41 €</b>	<b>499,264.36 €</b>	<b>535,445.58 €</b>	<b>568,339.14 €</b>	<b>603,861.61 €</b>

Πίνακας 38: Σύνολο λειτουργικών εσόδων 2023-2027

Το κόστος marketing για προβολή και προώθηση υπολογίζεται σε ποσοστό 12% των εσόδων από τα δωμάτια. Στο συνολικό κόστος προστίθενται τα σταθερά έξοδα marketing.

Περιγραφή	2023	2024	2025	2026	2027
<i>Προμήθειες προβολής &amp; προώθησης (12%*revenue)</i>	36,200.79 €	39,505.31 €	42,208.72 €	44,770.61 €	47,519.99 €
<i>Σταθερά έξοδα marketing</i>	2,830.00 €	2,830.00 €	2,830.00 €	2,830.00 €	2,830.00 €
<b>Συνολικό κόστος Marketing</b>	<b>39,030.79 €</b>	<b>42,335.31 €</b>	<b>45,038.72 €</b>	<b>47,600.61 €</b>	<b>50,349.99 €</b>

Πίνακας 39: Κόστος marketing

Τα σταθερά έξοδα marketing αναλύονται σε:

- Συντήρηση ιστοσελίδας και ασφάλεια: 150€/έτος
- Κόστος προώθησης ιστοσελίδας (SEO, Google Ads): 140€/μήνα, 1.680€ ετησίως
- Κόστος υπηρεσιών graphic designer για brochures και προσφορές: 300€ ετησίως
- Κόστος ομαδικών e-mails και sms: 100€ ετησίως
- Κόστος καρτών με στοιχεία ξενοδοχείου: 100€ ετησίως
- Χορηγίες: 500€ ετησίως
- Προμήθειες booking/travel agents 10%\*ετήσια έσοδα

#### **4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

##### Χαρακτηριστικά των α' υλών και των άλλων εφοδίων

Οι πρώτες ύλες και τα άλλα εφόδια αφορούν:

- Πρώτες ύλες για το πρωινό, το snack bar και το mini bar, όπως τρόφιμα, ποτά, αναψυκτικά.
- Πρώτες ύλες συντήρησης και καθαριότητας για όλες τις εγκαταστάσεις και τους χώρους της επιχείρησης, όπως απορρυπαντικά, καθαριστικά, εργαλεία καθαρισμού, είδη υγιεινής, λάμπες, χρώματα, μπαταρίες, καλώδια και άλλα.
- Γραφική ύλη, όπως αναλώσιμα είδη γραφείου, στυλό, μπλοκ τιμολογίων, μελάνια για εκτυπωτές, χαρτί.
- Φαρμακείο, φάρμακα και άλλες ύλες για αντιμετώπιση τραυματισμών, γάζες, αντισηπτικά.
- Ενέργεια, που περιλαμβάνει καύσιμα, ηλεκτρικό ρεύμα, ύδρευση, υγραέριο.
- Τηλεπικοινωνίες, παροχή Internet και τηλεφώνου.
- Πρώτες ύλες για τους εξωτερικούς χώρους, όπως σπόροι για τον κήπο, κομπόστ και λιπάσματα, βιολογικά ζιζανιοκτόνα, φυτοφάρμακα, οριζόντια σύρματα και πάσσαλοι υποστύλωσης, δίχτυ σκίασης.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως το κόστος για τη μεταφορά των α' υλών συμπεριλαμβάνεται στην τιμή τους.

##### Επιλογή α' υλών και άλλων εφοδίων

Η υπό μελέτη επιχείρηση είναι μικρής δυναμικότητας και γι' αυτόν το λόγο δεν υπάρχει ανάγκη δημιουργίας τμήματος προμηθειών. Υπεύθυνος για τις προμήθειες θα είναι ο General Manager ο οποίος θα τελεί και χρέη διεύθυνσης του καταλύματος και θα επιβλέπει:

- την αγορά των α' υλών σύμφωνα με τις ανάγκες του καταλύματος (purchasing procedure),
- την παραλαβή των προϊόντων και τον έλεγχο των ποσοτήτων σύμφωνα με το τιμολόγιο,
- τον έλεγχο των αποθεμάτων και την απογραφή τους (stock count procedure), την τήρηση αποθέματος ασφαλείας (safety stock) και την οργάνωση και ορθή ταξινόμησή τους στις αποθήκες,
- την επικοινωνία με τους προμηθευτές και τον έλεγχο της ποιότητας των υλών,
- τη διενέργεια συνεχούς έρευνας για νέα προϊόντα που αυξάνουν την ποιότητα και μειώνουν το κόστος των προϊόντων,
- την καταγραφή των προμηθευτών σε αρχείο και την περιοδική και αντικειμενική αξιολόγησή τους και τέλος,
- την ενημέρωση του επενδυτή για τη λειτουργία των προμηθειών.



### Marketing Προμηθειών

Το marketing προμηθειών πρέπει να σχεδιάζεται τόσο για τις αρχικές προμήθειες μιας μονάδας όταν ξεκινάει τη λειτουργία της, όσο και για τις προμήθειες που θα χρειαστεί κατά τη διάρκεια αυτής. Βασικοί στόχοι του marketing των προμηθειών είναι η ελαχιστοποίηση του κόστους, η ελαχιστοποίηση του κινδύνου, η αξιοπιστία των προμηθειών και η καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές.

Το κόστος των προμηθειών αλλάζει σύμφωνα με την επιλογή των προμηθευτών, καθώς και με τον συνδυασμό όγκου και συχνότητας των παραγγελιών. Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει σωστή διαχείριση και ροή των πρώτων υλών έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη απόδοση του κεφαλαίου κίνησης. Η σωστή διαχείριση των υλικών δεν έχει να κάνει μόνο με το συνολικό ποσό που ξοδεύεται για την αγορά τους, αλλά και με τη μεταφορά, την αποθήκευση και την αχρήστευση πολλών από αυτά λόγω της παρόδου του χρόνου.

Η αξιοπιστία των προμηθειών αφορά την ποιότητα και τους όρους παράδοσης. Σημαντική είναι επίσης η διαδικασία αποθήκευσης έτσι ώστε να αποφεύγετε ο κίνδυνος αλλοίωσης των πρώτων υλών καθώς και η τήρηση των κανόνων υγιεινής.

Σημαντικό στοιχείο της διαδικασίας αποτελεί η ανάπτυξη και διατήρηση ομαλών και αποδοτικών σχέσεων με τους προμηθευτές. Για την επίτευξη των σχέσεων αυτών θα πρέπει τόσο η επιχείρηση να ανταποκρίνεται με συνέπεια στις υποχρεώσεις της απέναντί τους (έγκυρη καταβολή και εξόφληση των υποχρεώσεων) αλλά και οι προμηθευτές να είναι συνεπείς στις συμφωνίες τους.

Η επιλογή των προμηθευτών θα γίνει με τρία βασικά κριτήρια:

- Σχέση κόστους - ποιότητας
- Ενίσχυση τοπικών προμηθευτών
- Προτίμηση σε προμηθευτές που παρέχουν λύσεις για οικολογικές και βιώσιμες α' ύλες.

Για την ασφάλεια και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης, θα γίνεται συνεχής αξιολόγηση και έρευνα για νέους προμηθευτές που θα πληρούν τα παραπάνω κριτήρια με σκοπό νέες, συμφέρουσες συνεργασίες αλλά και αποφυγή εξάρτησης από έναν και μόνο προμηθευτή.

### Πρόγραμμα Προμηθειών

Το πρόγραμμα των προμηθειών έχει αντικείμενο την εξασφάλιση της προμήθειας πρώτων υλών και των λοιπών εφοδίων που χρειάζονται για την ομαλή λειτουργία της μονάδας. Οι εκτιμήσεις του κόστους των πρώτων υλών βασίζονται αποκλειστικά στο πρόγραμμα προμηθειών επομένως η σωστή κατάρτισή του είναι πολύ σημαντική για τη μελέτη αυτή. Το πρόγραμμα προμηθειών αφορά τον προσδιορισμό των πηγών προμηθειών, τις συμφωνίες με τους προμηθευτές, τις ποσότητες και τις ποιότητες των εφοδίων, τους χρόνους παράδοσης, τον τρόπο μεταφοράς και αποθήκευσής τους καθώς και την εκτίμηση του κινδύνου της όλης διαδικασίας. Στην εξίσωση αυτή λαμβάνεται υπόψιν η δυναμικότητα και η πληρότητα της μονάδας έτσι ώστε να εκτιμηθούν οι ανάγκες τις.

Οι κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση είναι οι εξής:

- Αποτυχία των προμηθευτών να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους.
- Αδυναμία αποθήκευσης πρώτων υλών.
- Αδυναμία παράδοσης εφοδίων.
- Καταστροφή λόγω χρόνου ή τρόπου αποθήκευσης των πρώτων υλών.

- Απεργίες.
- Έλλειψη πρώτων υλών από την αγορά.
- Αλλαγή νομοθετικού πλαισίου και λοιπών διατάξεων.

#### Υπολογισμός κόστους α' υλών και άλλων εφοδίων

Το κόστος για τις α' ύλες ανά κατηγορία ανά έτος συνοψίζεται παρακάτω:

- Κόστος α' υλών για τα επισιτιστικά τμήματα:  
Για το πρωινό: 10% επί των εσόδων των δωματίων  
Για το snack bar: 15% επί των εσόδων του snack bar,  
Για το mini bar: 15% επί των εσόδων του mini bar και
- Κόστος για συντήρηση - καθαριότητα: 1% επί των συνολικών εσόδων.
- Κόστος γραφικής ύλης: 0.5% επί των συνολικών εσόδων.
- Κόστος για είδη φαρμακείου: 150 ευρώ.
- Κόστος ενέργειας για τη λειτουργία της επιχείρησης: 7% επί των συνολικών εσόδων.
- Κόστος τηλεπικοινωνιών: 1.200 ευρώ.
- Κόστος α' υλών για τον κήπο: 0,15% επί των συνολικών εσόδων

Περιγραφή	2023	2024	2025	2026	2027
Πρωινό	24,133.86 €	26,336.87 €	28,139.14 €	29,847.07 €	31,679.99 €
Snack bar	3,183.84 €	4,720.42 €	5,201.20 €	5,547.75 €	5,937.01 €
Mini bar	1,326.60 €	1,966.84 €	2,167.17 €	2,311.56 €	2,473.75 €
Συντήρηση-καθαριότητα	4,429.13 €	4,992.64 €	5,354.46 €	5,683.39 €	6,038.62 €
Γραφική Ύλη	2,214.57 €	2,496.32 €	2,677.23 €	2,841.70 €	3,019.31 €
Φαρμακείο	150.00 €	150.00 €	150.00 €	150.00 €	150.00 €
Ενέργεια	31,003.94 €	34,948.51 €	37,481.19 €	39,783.74 €	42,270.31 €
Τηλεπικοινωνίες	1,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €
Κήπος	664.37 €	748.90 €	803.17 €	852.51 €	905.79 €
<b>Σύνολο</b>	<b>68,306.31 €</b>	<b>77,560.50 €</b>	<b>83,173.56 €</b>	<b>88,217.72 €</b>	<b>93,674.78 €</b>

Πίνακας 40: Κόστος α' υλών και άλλων εφοδίων

## **5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

### **5.1 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

#### 5.1.1 Δυναμικότητα της μονάδας

Σύμφωνα με την στρατηγική και το marketing που θα χαράξει η επιχείρηση αλλά και με βάση τον διαθέσιμο χώρο, το ξενοδοχείο θα κατασκευαστεί σε μορφή boutique hotel, στην κατηγορία 5 αστέρων με συνολική δυναμικότητα 10 δωματίων και μέγιστη δυνατότητα φιλοξενίας 28 ατόμων ανά ημέρα.

#### 5.1.2 Επιλογή τεχνολογίας

Η απόφαση για την επιλογή της τεχνολογίας είναι κρίσιμη διότι, από τη μία πλευρά, η τεχνολογία που θα επιλεγεί θα πρέπει να συνάδει με την κατηγορία του καταλύματος σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο και τον ΕΟΤ, να υπηρετεί και να τηρεί στο ακέραιο τη στρατηγική που έχει οριστεί, και από την άλλη να είναι η οικονομικά βέλτιστη επιλογή.

Πιο συγκεκριμένα τα βασικά κριτήρια για την επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας με γνώμονα αυτές τις δύο παραμέτρους είναι τα παρακάτω:

- Να είναι σύγχρονη και δοκιμασμένη
- Να είναι εφικτή η αναβάθμιση και η επέκταση της
- Να είναι φιλική προς το περιβάλλον
- Να είναι ασφαλής & εύχρηστη
- Να έχει ένα υψηλό λόγο κόστους/ωφέλειας.

Τα συστήματα που θα χρησιμοποιηθούν, θα επιλεγθούν υπό το πρίσμα της βιωσιμότητας και του βιοκλιματικού χαρακτήρα, και αφορούν:

- Την κατασκευή του κτιρίου
- Το σύστημα κλιματισμού-εξαερισμού
- Τις υδραυλικές εγκαταστάσεις και το σύστημα βιολογικού καθαρισμού
- Την ηλεκτρολογική εγκατάσταση
- Τα συστήματα Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας (ΑΠΕ εφεξής)
- Τις τηλεφωνικές γραμμές
- Σύστημα πυρόσβεσης
- Ποιότητα πόσιμου νερού
- Τις κολυμβητικές δεξαμενές

### 5.1.3 Μηχανολογικός εξοπλισμός

Η βιοκλιματική υποδομή και ο χαρακτήρας του καταλύματος θα στηριχθεί στην στρατηγική που αναλύθηκε προηγουμένως. Οι κεντρικοί άξονες που θα ορίσουν την επιλογή της τεχνολογίας και του εξοπλισμού είναι:

- Ανακύκλωση υδάτων και διαχείριση αποβλήτων
- Χρήση ανακυκλώσιμων και ανακυκλωμένων υλικών
- Προσαρμογή στο μικρόκλιμα της περιοχής
- Δομή και υλικά

Παρακάτω, θα δούμε αναλυτικά πώς μπορούν, πρακτικά, να επιτευχθούν τα παραπάνω:

- Κτίριο με ουδέτερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα

Αυτός ο άξονας κατασκευής σχετίζεται με την ενεργειακή κατανάλωση. Αυτή είναι δυνατόν να μειωθεί με φυσικούς τρόπους, όπως για παράδειγμα βελτιστοποιώντας τη θερμομόνωση και τη σκίαση του κτιρίου, μεταβάλλοντας τη μορφή του ή τον προσανατολισμό του, ώστε να μεγιστοποιηθεί το εισερχόμενο φυσικό φως. Έτσι, επιτυγχάνονται μικρότερα και πιο αποτελεσματικά ενεργειακά συστήματα, με δυνατότητα ανακύκλωσης της διαθέσιμης ενέργειας. Η πρόσθετη ενέργεια που απαιτείται μπορεί να παραχθεί με ανανεώσιμες πηγές, επιτρέποντας έτσι το σχεδιασμό κτιρίων με ουδέτερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Η βιοκλιματική αρχιτεκτονική του θέρετρου θα αναδεικνύει τα ευεργετικά χαρακτηριστικά του τοπικού κλίματος επιτυγχάνοντας τη βέλτιστη έκθεση στο αέρα και το φως. Η τοποθεσία ευνοεί ακόμα περισσότερο όλα τα παραπάνω, καθώς με κατεύθυνση προς την ανατολή, το ξενοδοχείο θα έχει φυσικό φως από νωρίς το πρωί μέχρι αργά.

Συνεχίζοντας με τις ουδέτερες εκπομπές άνθρακα του κτιρίου, τα στάδια που μπορεί να υλοποιηθεί είναι τα εξής:

- Παθητικό σύστημα φυσικού δροσισμού. Στο σημείο που το επιτρέπει το έδαφος του νησιού, θα γίνει φύτευση δένδρων, θάμνων και λουλουδιών για τη βελτίωση των μικροκλιματικών συνθηκών.
- Παθητικό σύστημα φυσικού αερισμού. Ο διαμπερής αερισμός αποτελεί εξαιρετικό σύστημα φυσικού αερισμού, γι' αυτό και όλα τα δωμάτια θα διαμορφωθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτρέπεται η είσοδος του ανέμου από δύο κατευθύνσεις. Το εκτιμώμενο ποσοστό εξοικονόμησης ενέργειας για ψύξη ανέρχεται σε 10-15%.
- Τέλος, θα χρησιμοποιηθούν φωτοβολταϊκά (Φ/Β) συστήματα τα οποία θα ενσωματωθούν στις στέγες των κτιρίων ή σαν σκίαστρα αντί για πέργκολες. Ένα Φ/Β πάνελ των 100kW καταλαμβάνει περίπου 7.5 – 8 τ.μ. Σύμφωνα με τον διαθέσιμο χώρο, θα τοποθετηθούν περίπου 10 πάνελ. Στο ίδιο πλαίσιο θα χρησιμοποιηθούν και ηλιακά συστήματα για παραγωγή ζεστού νερού.
- Ανακύκλωση υδάτων και διαχείριση αποβλήτων

Όσον αφορά τη διαχείριση αποβλήτων θα υπάρχει μία μονάδα βιολογικού καθαρισμού στην άκρη του οικοπέδου για την επεξεργασία και τον καθαρισμό των λυμάτων. Το νερό που θα παράγεται θα διοχετεύεται για το πότισμα των κήπων. Στους χώρους του ξενοδοχείου θα τοποθετηθούν μικροί κάδοι ανακύκλωσης τόσο για τους επισκέπτες όσο και για το προσωπικό.

- Χρήση ανακυκλώσιμων και ανακυκλωμένων υλικών

Το ξενοδοχείο είναι συντεταγμένο με τα "zero-plastic" και "zero-waste" projects. Για αυτό η χρήση πλαστικού θα ελαχιστοποιείται στο μέγιστο εφικτό βαθμό. Στο πλαίσιο αυτό θα χρησιμοποιούνται:

Χάρτινα καλαμάκια

Amenities στα δωμάτια από φυσικά υλικά σε συσκευασίες από χαρτί, ανακυκλώσιμα και βιοδιασπώμενα υλικά, κατά προτίμηση σε μεγάλες συσκευασίες (dispensers) που επαναγεμίζονται

Υλικά μίας χρήσεως θα είναι από χαρτί, όπως ποτήρια.

Σε κάθε δωμάτιο θα υπάρχουν θερμός ποτήρια και μπουκάλια που οι επισκέπτες θα μπορούν να γεμίζουν στους σταθμούς πόσιμου νερού που θα έχουν τοποθετηθεί στο ξενοδοχείο.

- Δομή και Υλικά

Τα βασικά δομικά υλικά που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι επαναχρησιμοποιήσιμα. Κυρίως, σοβατισμένη πέτρα για την εξωτερική περιφραγή του χώρου και για διακοσμητικά σημεία και τούβλο με σοβά για το εσωτερικό των κτιρίων. Ο προσανατολισμός του ξενοδοχείου είναι νοτιοανατολικός ώστε το σπίτι να απολαμβάνει το φυσικό φως ενώ οι τοίχοι έχουν πάχος 60-80 εκ. ώστε να διασφαλίζεται η επιθυμητή θερμοκρασία. Επιπλέον διατηρείται το λευκό χρώμα των τοίχων που περιορίζει την απορρόφηση θερμότητας. Θα χρησιμοποιηθούν διπλή μόνωση και διπλά κρύσταλλα στα παράθυρα και μπαλκονόπορτες για μόνωση και εξοικονόμηση ενέργειας για ψύξη, ενώ σε αυτό συμβάλουν και τα νέα οικολογικά χρώματα βαφής.

- Η παροχή νερού θα γίνει από το τοπικό δίκτυο της ΕΥΔΑΠ. Ακόμη, θα γίνει σύνδεση με το νέο δίκτυο Ύδρευσης της Σκάλας Πάτμου για την παροχή πόσιμου νερού το οποίο ολοκληρώθηκε το 2022.
- Οι τηλεφωνικές γραμμές θα καλυφθούν από το δίκτυο του ΟΤΕ, και θα επιλεγθεί συμβόλαιο COSMOTE που θα καλύπτει όλο το φάσμα τηλεπικοινωνίας, ασύρματης σύνδεσης στο διαδίκτυο και COSMOTE TV.
- Το σύστημα πυρασφάλειας θα αποτελείται από σύγχρονης και δοκιμασμένης τεχνολογίας αισθητήρες καπνού σε όλα τα δωμάτια και θα ακολουθεί τις απαιτούμενες προδιαγραφές για την πλήρη ασφάλεια και κάλυψη του χώρου.
- Αναφορικά με τις κολυμβητικές δεξαμενές, θα υπάρχουν τα σύγχρονα φίλτρα καθαρισμού από γυαλί, τα οποία έχουν υψηλότερο κόστος από τα ευρέως χρησιμοποιούμενα έως τώρα, της άμμου, όμως έχουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και εξαιρετικό αποτέλεσμα καθαρισμού μέχρι το τέλος.
- Για την πλήρη κάλυψη των ενεργειακών αναγκών θα γίνει σύνδεση με το δίκτυο της ΔΕΗ.

## 5.2 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Σε αυτήν την ενότητα θα γίνει περιγραφή των σχεδίων της μονάδας και θα παρουσιαστεί η κάτοψή της.

Η ξενοδοχειακή μονάδα με τη δυναμικότητα των 10 δωματίων θα αποτελεί από το κεντρικό κτίριο υποδοχής και πρωινού στην είσοδο του καταλύματος ενώ στα δεξιά αυτού θα εκτείνονται τα δωμάτια. Το κεντρικό κτίριο θα είναι διαμπερές, με ανεμπόδιση θέα στον κόλπο του Γροίκου. Στο πίσω μέρος του κτιρίου θα βρίσκεται η reception και η κοινόχρηστη τουαλέτα, στο δεξί τμήμα η κουζίνα προετοιμασίας του πρωινού και των snack και στο μπροστινό μέρος θα υπάρχει ο χώρος του πρωινού με τραπέζια στο εσωτερικό του κτιρίου μπροστά στην μπαλκονόπορτα αλλά και στον εξωτερικό χώρο. Στον ίδιο εξωτερικό χώρο θα εκτελούνται δραστηριότητες, όπως χειροτεχνίες ή γυμναστική. Το πρώτο διάροφο κτίριο δεξιά του κεντρικού κτιρίου θα αποτελείται από τα έξι Executive Junior Suites με ιδιωτική πισίνα και μπαλκόνι, τρία στον κάθε όροφο. Δεξιά του διάροφο κτιρίου θα κατασκευαστούν τέσσερα αυτόνομα δωμάτια, τα Executive Family Suites, με ιδιωτική πισίνα και αυλή. Περιμετρικά του κτιρίου και εσωτερικά της περιφρασης θα τοποθετηθούν πράσινα στοιχεία, δέντρα, θάμνοι, λουλούδια.

Ο χώρος στάθμευσης θα έχει χωρητικότητα πέντε θέσεων για ΙΧ και χώρο για ποδήλατα και θα βρίσκεται στην είσοδο του καταλύματος, πίσω από το κεντρικό κτίριο. Στον ίδιο χώρο θα τοποθετηθεί σταθμός φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων.

Διαχωρισμός τετραγωνικών μέτρων ανά κτίριο:

Οικόπεδο: 645 τ.μ.

10 Suites: 6 των 20 τ.μ. και 4 των 30 τ.μ.

Κεντρικό κτίριο: reception, κοινόχρηστη τουαλέτα 8 τ.μ. , αποθήκη τροφίμων και λινών 7 τ.μ., κουζίνα, χώρος πρωινού και snack bar σύνολο 60 τ.μ.

Parking (36 τ.μ., 5 θέσεων)



Εικόνες 15-17: Κάτοψη ξενοδοχειακής μονάδας

### 5.3 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ

Η υλοποίηση των έργων πολιτικού μηχανικού θα ανατεθεί σε κατασκευαστική εταιρεία της περιοχής, η οποία θα ακολουθήσει όλες τις προδιαγραφές κατασκευής, δομικών υλικών, και ειδικών εγκαταστάσεων που έχουν σχεδιαστεί για το κατάλυμα.

Ειδικότερα, τα τεχνικά έργα θα περιλαμβάνουν:

- Βελτίωση οικοπέδου
- Προετοιμασία και ανάπτυξη χώρου εγκατάστασης
- Εργασίες διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου (περίφραξη, ασφαλτόστρωση, χώρος στάθμευσης)
- Τοποθέτηση φωτοβολταϊκών συστημάτων
- Εγκατάσταση βιολογικού καθαρισμού

Για να καταστεί το υπάρχον οικόπεδο κατάλληλο για δόμηση, θα πρέπει να γίνουν:

- Εκχερσώσεις, ισοπεδώσεις και υποσκαφές
- Παροχή ύδρευσης
- Σύνδεση με δίκτυο ΟΤΕ
- Σύνδεση με δίκτυο ΔΕΗ
- Έργα αποχέτευσης και σύνδεση με το σύστημα βιολογικού καθαρισμού
- Εγκατάσταση καλωδιώσεων για ηλεκτρικό ρεύμα (μέσω του Φ/Β συστήματος) και εγκατάσταση για φωτισμό εξωτερικού χώρου
- Διαμόρφωση χώρων για φύτευση δένδρων και καλλωπιστικών φυτών (ζαρντινιέρες)
- Εγκατάσταση για σύστημα αυτόματου ποτίσματος κήπου συνδεδεμένο με το σύστημα βιολογικού καθαρισμού
- Διαμόρφωση αίθριων χώρων
- Διαμόρφωση εδάφους για κατασκευή κολυμβητικών δεξαμενών

## 5.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ

Τα τεχνικά έργα που υλοποιούνται στο στάδιο αυτό αφορούν:

- Κατασκευή των κτιρίων
- Κατασκευή υποδομών και εγκατάσταση των συστημάτων ψύξης και θέρμανσης
- Φωτισμό εσωτερικών χώρων
- Υδραυλικές εγκαταστάσεις
- Συνδέσεις και καλωδιώσεις του ηλεκτρικού ρεύματος
- Μονώσεις των κτιρίων
- Εγκαταστάσεις πυρασφάλειας
- Δίκτυο εξαερισμού και κλιματισμού

### *i. Εκσκαφές*

Περιλαμβάνουν:

Καθαρισμός-οριοθέτηση οικοπέδου: Προκειμένου να ξεκινήσουν οι εκσκαφές θα πρέπει το εργοτάξιο να είναι καθαρό, προσβάσιμο και προσδιορισμένο. Ο καθαρισμός του γίνεται με ειδικά χωματουργικά μηχανήματα. Η οριοθέτηση γίνεται σύμφωνα με το τοπογραφικό διάγραμμα.

Χάραξη οικοδομής: Εφόσον έχουμε προσδιορίσει και οριοθετήσει το εργοτάξιο μας, θα πρέπει να γίνει η χάραξη της οικοδομής, σύμφωνα με το διάγραμμα κάλυψης. Η χάραξη της οικοδομής οριοθετεί το σημείο εντός του εργοταξίου εντός του οποίου θα γίνουν οι εκσκαφές.



Γενικές εκσκαφές –μεταφορά προϊόντων εκσκαφής: Μετά τη χάραξη της οικοδομής, εντός του εργοταξίου μπαίνουν τα σκαπτικά μηχανήματα. Κατά τη διάρκεια της εκσκαφής το εργοτάξιο πρέπει να παραμένει καθαρό. Προϊόντα εκσκαφής που δεν θα χρειαστούν για τη κατασκευή, απομακρύνονται από το εργοτάξιο.

Επιχώσεις με αμμοχάλικα: Τοποθετούμε αμμοχάλικα στα θεμέλια της οικοδομής και περιμετρικά της οικοδομής, προκειμένου το εργοτάξιο να "πατάει" σε στερεό έδαφος. Εν συνεχεία γίνεται διαμόρφωση του δαπέδου με bobcat.

Όταν το κτίριο κατασκευάζεται στο όριο πρέπει να τοποθετηθεί αντισεισμικός αρμός.

#### *ii. Θεμελίωση Οικοδομής*

Περιλαμβάνει:

Διάστρωση μετόν καθαριότητας: Μόλις τελειώσει η εκσκαφή, η πρώτη δουλειά είναι η διάστρωση του ταμπανιού (το δάπεδο του σκάμματος) με μετόν καθαριότητας c12/16.

Χάραξη υποστρωμάτων και τοιχίων υπογείου: Χαράσσουμε με ατσαλόπροκες και ράμματα επάνω στο μετό καθαριότητας τα υποστηλώματα και τα τοιχεία σύμφωνα με τη μελέτη, προκειμένου να σιδερωθούν και καλουπωθούν στα σημεία που προβλέπει η μελέτη.

Κατασκευή του δαπέδου του υπογείου με οπλισμένο σκυρόδεμα c16/20: Το δάπεδο του υπογείου είναι το πρώτο επίπεδο της οικοδομής επάνω σε αυτό το επίπεδο θα ξεκινάει ο οικοδομικός σκελετός του κτιρίου.

Κατασκευή του οικοδομικού σκελετού: Η κατασκευή του οικοδομικού σκελετού γίνεται με φέροντα οργανισμό οπλισμένου σκυροδέματος c20/25.

Δοκίμια: Κατά την διάρκεια της χύτευσης μετού στο έργο, παίρνουμε μετό, σε ειδικές μήτρες και το στέλνουμε σε ειδικά εργαστήρια για τον έλεγχο τους. Τέλος το σκυρόδεμα πρέπει να βρίσκεται σε υγρό περιβάλλον, για τουλάχιστον επτά ημέρες. Είναι αναγκαίο να βρέχετε με πολύ νερό και πολλές φορές εντός της ημέρας. Με την διαδικασία αυτή, επιτυγχάνεται η αύξηση της αντοχής και της ζωής του σκυροδέματος.

Καθαριότητα σκελετού: μετά την ολοκλήρωση της κατασκευής του οικοδομικού σκελετού, απομακρύνουμε τους ξυλότυπους για να διατηρούμε το εργοτάξιο καθαρό και να μην παρεμποδίζεται η πρόοδος των εργασιών..

#### *iii. Ηλεκτρικές-Υδραυλικές εργασίες πρώτου σταδίου*

Θεμελιακή γείωση: Το σύστημα γείωσης που τοποθετείται εντός των εκ σκυροδέματος θεμελίων μίας κατασκευής και χρησιμοποιείται ως γείωση προστασίας, λειτουργίας, ασθενών ρευμάτων, ηλεκτρονική, αλεξικέραυνου κλπ.

Τοποθέτηση κουτιών και σπιδάλ καθώς και των σιφονιών στις βεράντες: Γίνεται κατά τη κατασκευή του οικοδομικού σκελετού, προκειμένου να μην τρυπάμε τις πλάκες της οικοδομής κατά τη τοποθέτηση τους.

#### *iv. Τοιχοποιία και Μονώσεις*

Περιλαμβάνουν:

Εξωτερικές τοιχοποιίες με ωμή άργιλο, κατάλληλα σχηματισμένη με τη μορφή ωμόπλινθων ή χυτή σε καλούπια που μοιάζουν με αυτά του σκυροδέματος, είναι ένα άριστο δομικό υλικό όσον αφορά στη μηχανική ανοχή, στη θερμική μόνωση και στη δυνατότητα «αναπνοής» των

εξωτερικών τοίχων. Επίσης, ένα μεγάλο μέρος των εξωτερικών τοίχων θα καλυφθεί με πέτρα που θα συσσωρευτεί από τις εκσκαφές.

Εσωτερικές τοιχοποιίες, μονές με ασβέστη που «αναπνέει», επιτρέποντας έτσι μια σταθερή ανταλλαγή αέρα μεταξύ εσωτερικού χώρου και εξωτερικού περιβάλλοντος και είναι εύκολη η συντήρηση και η ανακατασκευή του στις ζώνες που υφίσταται φθορές με τον χρόνο.

Σενάζ εξωτερικά-εσωτερικά οπλισμένα.

Μόνωση εξωτερικής τοιχοποιίας με εξηλασμένη πολυστερίνη, μόνωση εξωτερικών σενάζ με εξηλασμένη πολυστερίνη, στεγανοποίηση βεραντών με επάλειψη τσιμεντοειδούς.

#### v. *Επιχρίσματα*

Εξωτερική θερμομόνωση κελύφους με περλίτη και σοβατίσματα με πάχος από 15 έως 25 εκατοστά και τελικές επιφάνειες λείες και ομαλές, κατάλληλες για το βάψιμο που θα ακολουθήσει.

#### vi. *Ηλεκτρομηχανολογικά*

Περιλαμβάνουν:

Ηλεκτρολογικές Εγκαταστάσεις σύμφωνα με τους κανονισμούς της ΔΕΗ: Σωληνώσεις ηλεκτρικών εγκαταστάσεων για ισχυρά (πλυντήριο ,κουζίνα) και ασθενή (κουδούνι, τηλεοράσεις, συναγερμό, τηλέφωνο) ρεύματα.

Υδραυλικές εργασίες: Η υδροδότηση της μονάδας θα γίνει από το δίκτυο ΕΥΔΑΠ της περιοχής. Δίκτυο πλήρης ύδρευσης σε κουζίνα, λουτρά και βεράντα, παροχή προς δώμα-στέγη για σύνδεση με ηλιακό, τοποθέτηση σπιράλ και διέλευση μονοσωληνίου συστήματος θέρμανσης πριν τη διάστρωση της τσιμεντοκονίας των δαπέδων. Το δίκτυο της αποχέτευσης θα συνδέεται απευθείας με το σύστημα βιολογικού καθαρισμού.

Εγκατάσταση συναγερμού με ραντάρ.

Σιδηρουργικά-Ξυλουργικά

Τοποθέτηση ψευτοκασών γαλβανισμένων στα εξωτερικά κουφώματα , τοποθέτηση ψευτοκασών ξύλινων στα εσωτερικά κουφώματα.

Μονώσεις

Σύμφωνα με τη μελέτη θερμομόνωσης, θα τοποθετηθούν γκρο μπετά στα δάπεδα και στα εξωτερικά κουφώματα θα τοποθετηθούν διπλοί υαλοπίνακες.

Στεγάσεις – Επικαλύψεις

Τοποθέτηση μισόταυλας, τοποθέτηση υγρομονωτικής μεμβράνης, τοποθέτηση οριζόντιων και κατακόρυφων υδρορροών.

#### vii. *Δάπεδα*

Εργασίες Δαπέδων: Διάστρωση τσιμεντοκονίας για αλφάδιασμα των δαπέδων, τοποθέτηση ποδιών παραθύρων πριν το τρίτο χέρι των επιχρισμάτων, επιχρίσματα με χρήση πλέγματος στα σημεία ένωσης τοίχων με κολώνες και δοκούς για αποφυγή ρηγματώσεων, στεγανοποίηση βεραντών.

Επιστρώσεις Δαπέδων: Στα δωμάτια θα τοποθετηθούν κεραμικά πλακάκια Α διαλογής τύπου

cotto με κόλλα πλακιδίων σε γήινες αποχρώσεις. Το μπάνιο θα επενδυθεί με πατητή τσιμεντοκονία με οικολογικά υλικά σε συνδυασμό με πέτρα και η ντουζιέρα θα είναι χτιστή. Στους υπαίθριους χώρους θα χρησιμοποιηθούν αντλιοσταθιακά κεραμικά πλακάκια.

#### *viii. Κουφώματα*

Σε όλα τα δωμάτια και στο κεντρικό κτίριο θα τοποθετηθούν ξύλινα κουφώματα της εταιρείας ΒΙΕΚΚΟ με θερμοδιακοπή, ρολό, κουνουπιέρες και κρύσταλλα διπλά και ξύλινες πόρτες εισόδου. Η επιλογή των κουφωμάτων θα γίνει σύμφωνα με τον παραδοσιακό τύπο του νησιού.

#### *ix. Ξυλουργικά*

Σε όλα τα δωμάτια θα τοποθετηθούν ντουλάπες ρούχων, κομοδίνα, βάση για βαλίτσες, πάγκος-τουαλέτα και εσωτερική πόρτα στο μπάνιο.

#### *x. Ηλεκτρολογικές εργασίες*

Καλωδίωση της ηλεκτρικής εγκατάστασης, ηλεκτρικοί πίνακες. Για τα δωμάτια 30 τ.μ. έχουν προβλεφθεί μία πρίζα τηλεόρασης και τηλεφώνου, τέσσερα φωτιστικά σημεία και οχτώ πρίζες σούκο ενώ για τα δωμάτια 20 τ.μ. έχουν προβλεφθεί μία πρίζα τηλεόρασης και τηλεφώνου, τέσσερα φωτιστικά σημεία και επτά πρίζες σούκο.

#### *xi. Υδραυλικές εργασίες*

Κατασκευή πλήρους εγκατάστασης λεβητοστασίου με λέβητα, καυστήρα, δεξαμενή, κυκλοφορητή, δοχείο διαστολής, μπόιλερ διπλής ενεργείας. Προμήθεια και τοποθέτηση ειδών υγιεινής, νεροχυτών και λουτρών. Προμήθεια και τοποθέτηση μπαταριών κουζίνας και λουτρών. Βεβαιώσεις εγκαταστάτη θερμο υδραυλικού για την θεώρηση της οικοδομικής άδειας.

#### *xii. Χρωματισμοί*

Όλες οι επιφάνειες θα βαφτούν με πλαστικά οικολογικά χρώματα της εταιρείας ΒΙΟΧΡΩΜ αφού πρώτα ασταρωθούν.

#### *xiii. Τελειώματα*

Στο τελικό στάδιο θα τοποθετηθούν τα ηλιακά σώματα και τα φωτοβολταϊκά στις σκεπές των καταλυμάτων, οι πέργκολες, το σύστημα βιολογικού καθαρισμού, οι δεξαμενές κολύμβησης.

## **5.5 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ**

Για τη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου της μονάδες θα γίνουν ενέργειες αναφορικά με:

- Γκαζόν, φύτευση δένδρων και λουλουδιών, κήποι, παρτέρια
- Χώρος Parking
- Εξωτερικός χώρος πρωινού και δραστηριοτήτων
- Φωτισμός εξωτερικού χώρου
- Τοποθέτηση φωτοβολταϊκών συστημάτων
- Περίφραξη από πέτρα, σοβά και ασβέστη
- Ασφαλτόστρωση

## 5.6 ΜΟΝΑΔΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Παρακάτω θα γίνει αναλυτική περιγραφή των προσφερόμενων υπηρεσιών του καταλύματος, του απαραίτητου εξοπλισμού και του κόστους αυτού.

Τα amenities και τα αξεσουάρ προσωπικής φροντίδας θα είναι της εταιρείας Παπουτσάνης και συγκεκριμένα η σειρά Olívia με dispensers και με όλη τη σειρά περιποίησης (σαμπουάν, αφρόλουτρο, κρέμα μαλλιών, κρέμα σώματος) για μεγαλύτερη εξοικονόμηση πλαστικού και κατανάλωσης και η σειρά Kids για τα Family Suites. Τα αξεσουάρ (σκουφάκι μπάνιου, σετ ραπτικής, λίμα, μπατονέτες, σετ καθαρισμού δοντιών, σετ ξυρίσματος, σφουγγάρι μπάνιου, παντόφλες) παρέχονται από την ίδια εταιρεία σε χάρτινη, οικολογική συσκευασία και από οικολογικά, βιοδιασπώμενα υλικά ή φυσικό βαμβάκι.

Στους πίνακες που ακολουθούν, περιγράφεται αναλυτικά ο εξοπλισμός των δωματίων.

Executive Junior Suite 20 τ.μ.			
Δωμάτιο	Εξοπλισμός	Δωμάτιο	Εξοπλισμός
<b>Κρεβατοκάμαρα</b>	2 Μονά κρεβάτια ή 1 διπλό κρεβάτι (queen size)	<b>Μπάνιο</b>	Ντουζ
	2 κομοδίνα		Νιπτήρας
	1 ντουλάπα με ολόσωμο καθρέφτη		Τουαλέτα
	Κρεμάστρες ρούχων		Καθρέπτης
	Χρηματοκιβώτιο		Κάδος-πιγκάλ
	Σίδερο		Λαβές για πετσέτες
	Σιδερώστρα		Επιτοίχιος μεγενθυντικός καθρέπτης
	Ηλεκτρικό αποθητικό κουνουπιών		Πετσέτες σώματος και προσώπου
	1 πολυθρόνα		Χαλάκι μπάνιου
	Τηλεόραση		Χειροπετσέτες
	Τουαλέτα-καθρέφτης		Φιάλη υγροσάπουνου & θήκη οδοντόβουρτσας
	Κλιματιστικό		Amenities προσωπικής φροντίδας
	Συσκευή τηλεφώνου		Στεγνωτήρας μαλλιών
	Κεντρικό φωτιστικό		Τραπέζι
	1 πορτατίφ	<b>Βεράντα</b>	2 καρέκλες
	Κουρτινόξυλο-κουρτίνα		2 Ξαπλώστρες
	Λινά κρεβατιών και διακόσμησης		Απλώστρα ρούχων
	Μπουρνούζια		Φυτά εξωτερικού χώρου
	Παντόφλες		
	Τσάντα θαλάσσης		
	Βάση για βαλίτσες		
	Ψυγείο - mini bar		
	Ποτήρια και φλυτζάνια		
	2 Θερμό μπουκάλια		
	Κάδος σκουπιδιών		
	Φυτά εσωτερικού χώρου και διακοσμητικά		
Συσκευή παρασκευής καφέ εσπρέσο			
Κρασί και φρούτα καλωσορίσματος			

Πίνακας 41: Εξοπλισμός δωματίου Junior Suite



Εικόνα 18: Κάτοψη Executive Junior Suite, 20 τ.μ. με μπαλκόνι και ιδιωτική πισίνα 7 τ.μ.

Executive Family Suite 30 τ.μ.			
Δωμάτιο	Εξοπλισμός	Δωμάτιο	Εξοπλισμός
<b>Κρεβατοκάμαρα</b>	Διπλό κρεβάτι (queen size)	<b>Μπάνιο</b>	Ντουζ
	Καναπέζ κρεβάτι		Μπανιέρα με υδρομασάζ
	Extra Bed (τοποθέτηση κατόπιν αιτήματος)		Νιπτήρας
	Παιδική κούνια-κρεβάτι (τοποθέτηση κατόπιν αιτήματος)		Τουαλέτα
	2 κομοδίνα		Καθρέπτης
	1 ντουλάπα με ολόσωμο καθρέφτη		Κάδος-πιγκάλ
	Κρεμάστρες ρούχων		Λαβές για πετσέτες
	Χρηματοκιβώτιο		Επιτοίχιος μεγενθυντικός καθρέπτης
	Σίδερο		Πετσέτες σώματος και προσώπου
	Σιδερώστρα		Χαλάκι μπάνιου
	Ηλεκτρικό αποθητικό κουνουπιών		Χειροπετσέτες
	Διακοσμητικά ράφια-βιβλιοθήκη		Φιάλη υγροσάπουνου & θήκη οδοντόβουρτσας
	1 πολυθρόνα		Amenities προσωπικής φροντίδας
	Τηλεόραση		<b>Βεράντα</b>
	Τουαλέτα-καθρέφτης	Τραπέζι	
	Κλιματιστικό	4 καρέκλες	
	Συσκευή τηλεφώνου	Πουφ	
	2 Κεντρικά φωτιστικά	4 Ξαπλώστρες	
	2 πορτατίφ	Απλώστρα ρούχων	
	Κουρτινόζυλο-κουρτίνα	Φυτά εξωτερικού χώρου	
	Λινά κρεβατιών και διακόσμησης	Ομπρέλα	
	Μπουρνούζια		
	Παντόφλες		
	2 Τσάντες θαλάσσης		
	Βάση για βαλίτσες		
	Ψυγείο - mini bar		
	Ποτήρια και φλυτζάνια		
	4 Θερμό μπουκάλια		
	Κάδος σκουπιδιών		
	Φυτά εσωτερικού χώρου και διακοσμητικά		
Συσκευή παρασκευής καφέ εσπρέσο			
Κρασί και φρούτα καλωσορίσματος			

Πίνακας 42: Εξοπλισμός δωματίου Family Suite



Εικόνα 19: Κάτοψη Executive Family Suite, 30 τ.μ. με αυλή και ιδιωτική πισίνα 10 τ.μ.

Οι υπηρεσίες που συνοδεύουν τη διαμονή στα δωμάτια είναι:

- Πρωινό
- Room service
- Μεταφορά από και προς το λιμάνι
- Καθημερινή καθαριότητα δωματίων
- Δωρεάν Wi-Fi σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου
- Ζεστό νερό σε 24ωρη βάση
- Υπαίθριος χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων
- Παροχή Α' βοηθειών στο κεντρικό κτίριο της reception
- Κοινόχρηστες τουαλέτες
- Σταθμός φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων

Ο χώρος υποδοχής του κεντρικού κτιρίου μαζί με τον χώρο της πισίνας στο εξωτερικό του τμήμα προσφέρουν:

- 24ωρη εξυπηρέτηση
- Χώρο αποθήκευσης αποσκευών
- Μεταφορά αποσκευών
- Χάρτες και τουριστικοί οδηγοί του νησιού
- Πλήρες μηχανογραφημένο σύστημα κρατήσεων
- Μικρό καθιστικό lobby
- Snack bar με ωράριο λειτουργίας από το πρωί για καφέ και σνακ έως αργά το απόγευμα για ποτό

Ο απαραίτητος εξοπλισμός περιλαμβάνει:

- 1 έπιπλο υποδοχής-reception
- 2 καρέκλες γραφείου
- 1 Η/Υ
- Ηχοσύστημα
- 1 εκτυπωτή – scanner
- 2 τηλεφωνικές συσκευές
- 1 μικρό καναπέ
- 1 τραπέζι σαλονιού για το lobby
- Χρηματοκιβώτιο
- Ξαπλώστρες, ομπρέλες και τραπέζια εξωτερικού χώρου πρωινού και snack bar
- Βασικός εξοπλισμός cafe-bar και κουζίνας
- Κιόσκι δραστηριοτήτων και σκαμπό-πουφ
- Κοινόχρηστη Τουαλέτα

Στον χώρο του πρωινού/ snack bar θα προσφέρονται:

- Πρωινός μπουφές από τις 7:00 π.μ. έως τις 11:00 π.μ. καθημερινά
- Snacks από τις 11:00 έως τις 21:00 και ποτά έως τις 23:00
- Υπηρεσία δωματίου για όλα τα γεύματα από τις 7:00 π.μ. έως τις 23:00 μ.μ.

Ο απαραίτητος εξοπλισμός περιλαμβάνει:

- Βασικός εξοπλισμένη επαγγελματική κουζίνα

- Τραπέζια και καρέκλες
- Εξοπλισμός για παιδιά (καρεκλάκια κλπ)
- Τουαλέτες (γυναικεία, ανδρική, ΑΜΕΑ)

Σχετικά με τις αθλητικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες θα προσφέρεται μία πληθώρα που θα περιλαμβάνει:

- Υπηρεσία δημιουργικής απασχόλησης παιδιών
- Εκδρομές περιήγησης στο νησί σε συνεργασία με τοπικό τουριστικό γραφείο
- Διοργάνωση ημερήσιων εκδρομών με σκάφος στο νησί και σε κοντινά νησιά
- Μαθήματα yoga, pilates και χορού στον υπαίθριο χώρο του ξενοδοχείου
- Μαθήματα κηπουρικής και κηποτεχνίας
- Γευσιγνωσία τοπικών προϊόντων
- Χειροτεχνίες

Τα συστήματα ασφαλείας της μονάδας περιλαμβάνουν:

- Κεντρικό σύστημα συναγερμού
- Σύστημα πυρασφάλειας με ανιχνευτές καπνού και φωτιάς με αυτόματο σύστημα πυρόσβεσης
- Τοποθέτηση πυροσβεστήρων σε όλους τους χώρους που προβλέπεται καθώς και οδηγιών χρήσεως
- Ενδείξεις για εξόδους κινδύνου
- Οδηγίες σε κάθε δωμάτιο για περιπτώσεις κινδύνου

Ο καθαρισμός, η υγιεινή και η συντήρηση της μονάδας περιλαμβάνουν τα εξής:

- Αλλαγή λινών και πετσετών ανά δύο ημέρες ή νωρίτερα κατόπιν αιτήματος του πελάτη καθώς και κάθε φορά που το δωμάτιο ενοικιάζεται από νέο πελάτη
- Καθημερινή απολύμανση και καθαρισμός δωματίων και κοινόχρηστων χώρων
- Αντισηπτικοί σταθμοί σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου και αντισηπτικά υγρά σε κάθε δωμάτιο ξεχωριστά
- Συντήρηση και καθαρισμός ιδιωτικών πισινών σύμφωνα με τις σχετικές οδηγίες
- Τακτική συντήρηση του εξοπλισμού και των μηχανημάτων της μονάδας σύμφωνα με τις οδηγίες των κατασκευαστών
- Απολυμάνσεις και απεντομώσεις θα γίνονται πριν την έναρξη λειτουργίας της μονάδας κάθε χρόνο και επαναληπτικά κατά τη διάρκεια της σεζόν
- Η μονάδα θα χρησιμοποιεί στο βαθμό που είναι εφικτό οικολογικά καθαριστικά τύπου Planet

## 5.7 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Οι προμηθευτές που θα επιλεγούν θα συνάδουν με τη φιλοσοφία και την αποστολή της επιχείρησης ως προς τη βιωσιμότητα απέναντι στο περιβάλλον αλλά και τη στήριξη της τοπικής κοινωνίας.

Για το λόγο αυτό, σχετικά με την αγορά προμηθειών και εξοπλισμού έχουν επιλεγεί προμηθευτές με οικολογικά προϊόντα στο βαθμό που αυτό είναι εφικτό. Σχετικά με τους συνεργάτες για παροχή διαφόρων υπηρεσιών έχουν επιλεγεί τοπικές επιχειρήσεις και μεμονωμένοι επαγγελματίες.

Είδος Προμήθειας/Υπηρεσίας	Προμηθευτής
Δομικά Υλικά	INTERBETON, ISOMAT, ΓΡΥΛΛΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ
Δάπεδα-πλακάκια	PARKELLAS, PORCELANA
Κουφώματα	BIEKKO
Χρώματα	BIOΧΡΩΜ
Στρώματα-υποστρώματα-μαξιλάρια	COCOMAT
Φωτιστικά-Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός	ΚΑΥΚΑΣ ΑΕ
Κουζίνες	ΔΡΥΜΟΣ
Πισίνες, εξοπλισμός SPA	MASTER POOL & SPA
Εξοπλισμός πισίνας	ΠΗΠΕΡΙΔΗΣ ΟΕ
Ανθοκομικά	ΑΛΕΞΑΝΔΡΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
Αξεσουάρ μπάνιου	ΛΑΚΙΩΤΗΣ ΑΕ, ΚΑΝΕΛΛΑΚΗΣ ΑΕ
Γραφική ύλη	XEROLAS BOOKSHOP
Έπιπλα	ALMECO SA
Ηλεκτρικές συσκευές	MIELE, ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ, ELECTROHOLIC
Φωτοβολταϊκά & ηλιακά συστήματα	MP ENERGY, SIELINE
Ξενοδοχειακό πρόγραμμα	PROTEL
Ιματισμός	SAKALIDIS SA
Κουρτίνες- Υφάσματα	ΠΕΤΡΟΧΕΙΛΟΣ
Amenities	ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ, VARIO
Σύστημα βιολογικού καθαρισμού	PROSPER HELLAS
Συστήματα ασφαλείας	AVGERINOS SECURITY
Ηλεκτρολόγος	ΗΛΙΟΥ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
Υδραυλικός	ΓΡΥΛΛΗΣ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΣ
Ψυκτικός	ΓΑΜΠΙΕΡΑΚΗΣ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΗΣ
Γεωπόνος - Γεωπονικά είδη	AROTRO
Τρόφιμα	ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΣ ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ/ΦΟΥΡΝΟΣ, ΗΣΥΧΟΣ EMMANΟΥΗΛ, ΚΑΠΕΤΑΝ ΓΙΩΡΓΗΣ, ΚΟΥΤΡΟΥΜΠΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΡΕΑΤΙΚΑ
Ποτά	ΚΑΒΑ ΝΕΚΤΑΡ, ΡΑΤΟΙΝΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ

Πίνακας 43: Προμηθευτές ξενοδοχειακής μονάδας



## 5.8 ΚΟΣΤΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΡΓΩΝ

### Κόστος εξοπλισμού

Για τον καθορισμό των τιμών κόστους των επιμέρους στοιχείων χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από το Hotel Cost Estimating Guide, JN+A and HVS DESIGN, 2022. Επίσης, έχει υπολογιστεί ένα κόστος 10% επί του συνολικού εξοπλισμού για αμοιβή αρχιτέκτονα, εσωτερικό διακοσμητή, διοίκηση και προμήθειες.

<b>Εξοπλισμός</b>	<b>Κόστος χωρίς ΦΠΑ</b>
Τραπεζία φαγητού	€ 1,519.10
Καρέκλες εστιατορίου	€ 4,013.20
Σκαμπό - πουφ	€ 876.00
Πολυθρόνες	€ 1,553.20
Τραπεζία εξωτερικού χώρου	€ 3,001.56
Καρέκλες εξωτερικού χώρου	€ 2,249.24
Μαχαιροπίρουνα	€ 400.00
Ποτήρια	€ 800.00
Μαγειρικά Σκεύη	€ 1,500.00
Είδη σεβιρίσματος	€ 800.00
Είδη υγιεινής	€ 10,488.24
Καθρέπτες	€ 2,785.20
Αξεσουάρ μπάνιου	€ 1,905.31
Στεγνωτήρες μαλλιών	€ 460.00
Καλάθια αχρήστων	€ 360.00
Κάδοι ανακύκλωσης	€ 150.00
Κρεβάτια στρώματα	€ 4,155.80
Καναπές κρεβάτι	€ 2,039.76
Κρεμάτι μωρού-κούνια	€ 410.00
Κομοδίνα	€ 2,458.80
Ντουλάπες	€ 1,512.80
Έπιπλο περιποίησης	€ 1,835.50
Κουβέρτες	€ 1,080.00
Κουρτίνες	€ 1,060.00
Μαξιλιάρια	€ 1,379.35
Σεντόνια & μαξιλαροθήκες	€ 2,620.00
Υφάσματα-καλύμματα	€ 637.00
Φωτιστικά	€ 1,402.60
Φωτισμός κεντρικού κτιρίου	€ 2,133.04
Καρέκλες γραφείου	€ 128.61
Έπιπλο reception	€ 952.32
Ράφια	€ 650.00
Χρηματοκιβώτια	€ 1,550.00
Διακοσμητικά είδη	€ 1,992.73
Χαλιά	€ 1,981.01
Τηλεφωνικές συσκευές	€ 360.00
Τηλεοράσεις	€ 3,867.50
Κλιματιστικά	€ 4,730.00
Ομπρέλες-ξαπλώστρες	€ 2,867.67
Κιόσκι	€ 3,000.00
Επιγραφές	€ 700.00
Ηλεκτρολογικό υλικό	€ 3,500.00
Ταμειακές μηχανές & POS	€ 800.00
Μηχανήματα παραγγελιοληψίας	€ 250.00
Γεννήτριες	€ 2,000.00
H/Y & εκτυπωτές	€ 2,850.00
Πρόγραμμα ERP PROTEL	€ 7,000.00
Ηχοσύστημα	€ 1,460.30
Σύστημα ηλεκτρικών κλειδιών	€ 270.58
Εξοπλισμός κήπων-γκαζόν	€ 450.00
Εξοπλισμός κουζίνας-café	€ 15,000.00
Εξοπλισμός φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων	€ 1,200.00
Φωτοβολταϊκά & ηλιακά συστήματα	€ 24,000.00
Μονάδα βιολογικού καθαρισμού	€ 800.00
Δεξαμενές κολύμβησης	€ 9,640.00
Εξοπλισμός πυρασφάλειας & συναγερμού	€ 900.00
Διάφορα Άλλα	€ 16,635.40
10%* για αμοιβή αρχιτέκτονα, εσωτερική διακόσμηση, διοίκηση και procurement	€ 16,512.18
<b>Τελικό σύνολο</b>	<b>€ 181,634.00</b>

Πίνακας 44: Κόστος εξοπλισμού

### Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

Το συνολικό κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού αναμένεται να φτάσει το ποσό των 607.700,00 €, στο οποίο συμπεριλαμβάνονται τα νομικά και συμβολαιογραφικά έξοδα που υπολογίζονται στο 3% επί του κόστους κατασκευής. Η εταιρεία που θα αναλάβει το έργο είναι η Πλωρίτης Ο.Ε. και δραστηριοποιείται στο νησί.

Περιγραφή έργου	Κόστος
Προετοιμασία & ανάπτυξη χώρου εγκατάστασης	20,000.00 €
Κατασκευή κτιρίων	540,000.00 €
Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	30,000.00 €
Σύνολο	590,000.00 €
Νομικά & Συμβολαιογραφικά έξοδα	17,700.00 €
<b>Γενικό Σύνολο</b>	<b>607,700.00 €</b>

Πίνακας 45: Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

### Κόστος συντήρησης κτιρίων και έργων πολιτικού μηχανικού

Παρακάτω υπολογίζεται το κόστος συντήρησης κτιρίων και εξοπλισμού ετησίως για τα επόμενα 5 έτη με αναπροσαρμογή 3% ανά έτος.

Περιγραφή έργου	2023	2024	2025	2026	2027
Συντήρηση κτιρίων & εξοπλισμού	500.00 €	1,700.00 €	1,751.00 €	1,803.53 €	1,857.64 €

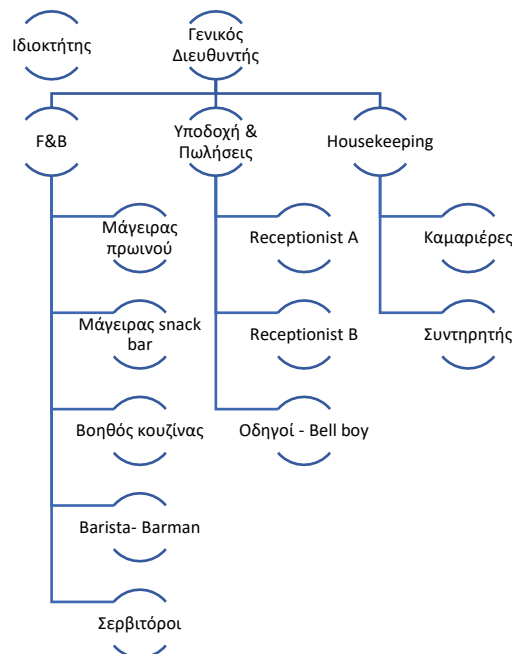
Πίνακας 46: Κόστος συντήρησης κτιρίων και εξοπλισμού

## 6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

### 6.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τη σωστή διεξαγωγή των πολλών και διαφόρων διαδικασιών που τη χαρακτηρίζουν και ακόμη περισσότερο για την αποτελεσματική αλληλεπίδρασή τους.

Για την δημιουργία του οργανογράμματος ελήφθησαν υπόψη το μέγεθος και η δυναμικότητα της μονάδας, η προβλεπόμενη πληρότητά της και οι διαθέσιμοι χρηματικοί πόροι. Η γενική εποπτεία του ξενοδοχείου θα αποτελεί ευθύνη του γενικού διευθυντή. Το στέλεχος αυτό θα ελέγχει και θα συντονίζει τις λειτουργίες της κουζίνας, του πρωινού, του snack bar και του room service, της reception, του room division και των πωλήσεων και του housekeeping. Σε συνεργασία με τους εργαζόμενους θα γίνεται η καταγραφή και η παραγγελία των προμηθειών.



Εικόνα 20: Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας

Ο Γενικός Διευθυντής του ξενοδοχείου δεν θα ταυτίζεται με τον επενδυτή. Η σχέση τους θα είναι στενή και όλες οι κρίσιμες αποφάσεις θα λαμβάνονται κατόπιν συνεννόησής τους. Η καθημερινή λειτουργία θα εποπτεύεται από τον Γενικό Διευθυντή αν και η παρουσία του επενδυτή θα είναι τακτική.

Στην υποδοχή θα εργάζονται δύο receptionist που θα καλύπτουν τις βάρδιες και θα ασχολούνται τόσο με τη reception όσο και με το concierge. Θα προτιμηθεί ένα άτομο με μεγαλύτερη εμπειρία ως receptionist A. Συμπληρωματικές εργασίες της reception, όπως την παραλαβή επισκεπτών από το λιμάνι και την διαχείριση των αποσκευών τους θα αναλαμβάνουν τα bell boy.

Ο μάγειρας του πρωινού θα αναλάβει την πρωινή βάρδια της κουζίνας, με την προετοιμασία του πρωινού μπουφέ αλλά και των πιάτων κατά παραγγελία. Ο βοηθός του θα αναλάβει δευτερεύοντα καθήκοντα τόσο στην κουζίνα όσο και στην εξυπηρέτηση των πελατών. Στην

συνέχεια θα αναλαμβάνει ο μάγειρας του snack bar, ο barman και οι δύο σερβιτόροι για τον χώρο του κεντρικού κτιρίου αλλά και για το room service.

Για την καθαριότητα του ξενοδοχείου θα προσληφθούν δύο καθαριώτριες οι οποίες θα εργάζονται σε πρωινή βάρδια. Η συντήρηση της μονάδας θα ανατεθεί σε ξεχωριστό άτομο, με γενικές τεχνικές γνώσεις που θα μπορούν να καλύπτουν τόσο τις ανάγκες των δωματίων και των δεξαμενών όσο και του κεντρικού κτιρίου.

## 6.2 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα συνεργάζεται με εξωτερικούς συνεργάτες ώστε να μπορέσει να καλύψει τις ανάγκες που προκύπτουν ανά περιόδους. Οι συνεργάτες που έχουν επιλεγεί είναι:

1. Από την περιοχή της Πάτμου, το δικηγορικό γραφείο του Γκαβαίσε Εμμανουήλ θα αναλάβει την νομική υποστήριξη της μονάδας έναντι ετήσιας αμοιβής 2000€.
2. Το λογιστικό γραφείο της Κεφαλά Μαρία από την περιοχή της Σκάλας, θα αναλάβει τις φορολογικές και φοροτεχνικές εργασίες που αφορούν την μονάδα, έναντι μηνιαίας αμοιβής 200€.
3. Η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει να καταβάλλει μηνιαία αμοιβή σε κηπουρό ο οποίος θα αναλαμβάνει τον καλλωπισμό των φυτών δυο φορές το μήνα έναντι 50 ευρώ ανά επίσκεψη.
4. Η ξενοδοχειακή μονάδα συνεργάζεται με εταιρία ασφάλισης από την Αθήνα ώστε να καλύπτεται για Αστική Ευθύνη, ασφάλεια πυρός και περιουσίας. Στην ασφαλιστική εταιρία θα πρέπει να καταβάλλει ασφαλιστρα 1.500 ευρώ ετησίως.
5. Η ξενοδοχειακή μονάδα προκειμένου να λάβει πιστοποίηση ISO θα πρέπει να συνεργαστεί με εταιρία πιστοποίησης στην οποία θα καταβάλει αμοιβή για την αρχική πιστοποίηση και την ανανέωσή της κάθε δύο χρόνια.
6. Διαφημιστική εταιρεία από την περιοχή της Αθήνας θα αναλάβει την κατασκευή ιστοσελίδας και την προώθηση της επιχείρησης.
7. Το κατάστημα πλυντηρίων του Γραμμένου Γεώργιου στην περιοχή της Σκάλας θα αποτελέσει τον συνεργάτη για το πλύσιμο και στέγνωμα του ξενοδοχειακού ματισμού. Το κόστος υπολογίζεται σε 500 ευρώ μηνιαίως.

## 6.3 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Επιπλέον έξοδα που εντάσσονται στην κατηγορία των γενικών εξόδων είναι τα παρακάτω:

### *Παροχές Προσωπικού*

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται έξοδα που έχουν να κάνουν με τη διατροφή του προσωπικού. Το κόστος διατροφής κάθε ατόμου για κάθε ημέρα είναι 2 ευρώ και το ποσό αυτό πολλαπλασιάζεται επί του συνόλου των εργαζομένων και των ημερών λειτουργίας του ξενοδοχείου. Τα λειτουργικά έξοδα της μονάδας που αφορούν τη μισθοδοσία του προσωπικού αποτελούν κόστος πωληθέντων στο σύνολο τους. Κάθε εργαζόμενος δικαιούται δύο στολές εργασίας και σε περίπτωση που υπάρχει φθορά οι στολές θα αντικαθίστανται με νέες. Το κόστος υπολογίζεται σε 50 ευρώ ανά άτομο για δύο στολές.

### Λοιπά Αγαθά

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται λοιπά υλικά, τα οποία είναι απαραίτητα για την λειτουργία των διαφόρων τμημάτων της ξενοδοχειακής μονάδας και του εστιατορίου, αλλά δεν μπορούν να ενταχθούν σε καμία άλλη κατηγορία. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται είδη όπως τα σουπλά σερβιρίσματος, τα άνθη, τα διακοσμητικά κεριά. Το κόστος για τα λοιπά αγαθά υπολογίζεται στα 700€.

### Υπηρεσίες και υλικά για την συντήρηση των εγκαταστάσεων

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται όλα τα υλικά και αμοιβές τρίτων που απαιτούνται για την ορθή και απαιτούμενη από τις αρχές λειτουργία του καταλύματος και του εστιατορίου. Μερικά από αυτά είναι τα υλικά και η αμοιβή του συνεργείου απολύμανσης, υλικά και αμοιβές συνεργείου για την συντήρηση των κλιματιστικών, εξαερισμών και πυρασφάλειας. Το εκτιμώμενο ποσοστό του κόστους υλικών και υπηρεσιών για την συντήρηση των εγκαταστάσεων ισούται με το 4% των συνολικών εσόδων της επιχείρησης.

### Δημοτικοί Φόροι

Η εταιρία καλείται να καταβάλλει σε δημοτικούς φόρους σύμφωνα με την υπάρχουσα νομοθεσία το 0,5% των καθαρών εσόδων της.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η σύνοψη όλων των γενικών εξόδων με ανατίμηση 3% ετησίως για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

ΕΞΟΔΟ	2023	2024	2025	2026	2027
Ασφάλιστρα	1,500.00 €	1,545.00 €	1,591.35 €	1,639.09 €	1,688.26 €
Δημοτικοί Φόροι	2,214.57 €	2,496.32 €	2,677.23 €	2,841.70 €	3,019.31 €
Νομικοί Σύμβουλοι	2,000.00 €	2,060.00 €	2,121.80 €	2,185.45 €	2,251.02 €
Υπηρεσία Κηπουρού	600.00 €	618.00 €	636.54 €	655.64 €	675.31 €
Υπηρεσία πλυντηρίου	3,000.00 €	3,090.00 €	3,182.70 €	3,278.18 €	3,376.53 €
Πιστοποίηση Ποιότητας	1,500.00 €	-	1,500.00 €	-	1,500.00 €
Λογιστήριο	2,400.00 €	2,472.00 €	2,546.16 €	2,622.54 €	2,701.22 €
Υπηρεσίες/Υλικά για συντήρηση	13,287.40 €	14,977.93 €	16,063.37 €	17,050.17 €	18,115.85 €
Παροχές Προσωπικού	4,396.00 €	5,236.00 €	5,600.00 €	5,824.00 €	6,076.00 €
Λοιπά αγαθά	700.00 €	721.00 €	742.63 €	764.91 €	787.86 €
Λοιπά γενικά έξοδα	500.00 €	500.00 €	500.00 €	500.00 €	500.00 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>34,120.97 €</b>	<b>35,740.25 €</b>	<b>39,186.78 €</b>	<b>39,387.69 €</b>	<b>42,718.35 €</b>

Πίνακας 47: Κόστος γενικών εξόδων

## **7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

### **7.1 ΔΟΜΗ, ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ**

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστεί αναλυτικότερα η δομή του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, τα καθήκοντά και οι αρμοδιότητες, τα κριτήρια επιλογής, η διαδικασία εκπαίδευσης και η ανταμοιβή.

Για την διεύθυνση και την καθημερινή παρακολούθηση της γενικής λειτουργίας του ξενοδοχείου, θα επιλεγθεί στέλεχος με προηγούμενη εμπειρία στον τουριστικό κλάδο και πιο συγκεκριμένα:

- Έχει σπουδές (προπτυχιακές ή μεταπτυχιακές) στον τομέα της Οργάνωσης και Διοίκησης, Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Οικονομικών ή Marketing.
- Άριστη επικοινωνία, γραπτή και προφορική, στην αγγλική γλώσσα. Οποιαδήποτε άλλη γνώση ξένης γλώσσας θα εκτιμηθεί.
- Γνώσεις στη διαχείριση Η/Υ, ξενοδοχειακού προγράμματος PROTEL, Microsoft Office και μέσων μαζικής δικτύωσης (social media).
- Διαθέτει τουλάχιστον 5ετή εμπειρία σε παρόμοια θέση.
- Υψηλές δεξιότητες επικοινωνίας και εξυπηρέτησης με έμφαση στην πελατοκεντρική και ανθρωποκεντρική φιλοσοφία.

Ο Γενικός Διευθυντής θα έχει στενή επαφή με τον ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου και θα εκτελεί τα καθήκοντά του έπειτα από την καθοδήγησή του. Στη διαδικασία επιλογής ανθρώπινου δυναμικού, στην παρακολούθηση της οικονομικής πορείας και των στόχων της επιχείρησης και στην επικοινωνία με εξωτερικούς συνεργάτες και προμηθευτές θα συμμετέχουν από κοινού. Ο Γενικός Διευθυντής θα επιφορτιστεί επιπλέον με την διαχείριση των κρατήσεων και των πωλήσεων, την διαχείριση των social media, την παρακολούθηση της καθημερινής λειτουργίας της reception, του housekeeping και των δραστηριοτήτων που θα λαμβάνουν μέρος στον χώρο του ξενοδοχείου και την εκπαίδευση του προσωπικού. Η απασχόληση του θα είναι 12μηνη.

Στο τμήμα της υποδοχής θα προσληφθούν συνολικά τέσσερα άτομα, δύο receptionist και δύο bell boy που θα εκτελούν και χρέη οδηγού. Όσον αφορά τους υπαλλήλους της υποδοχής αυτοί θα πρέπει να διαθέτουν μικρή εμπειρία σε αντίστοιχη θέση, να είναι άριστοι γνώστες ηλεκτρονικών υπολογιστών και αγγλικής γλώσσας και να διαθέτουν επικοινωνιακές και οργανωτικές δεξιότητες. Οι αρμοδιότητές τους θα περιλαμβάνουν την υποδοχή των επισκεπτών, τη διαχείριση των κλήσεων και των e-mails, τη διαχείριση του ταμείου, τη διαχείριση και επίλυση προβλημάτων και αιτημάτων κατά τη διάρκεια διαμονής του επισκέπτη, την καταχώρηση των κρατήσεων και εισπράξεων στο σύστημα PROTEL, καθώς και τη γενικότερη εξυπηρέτηση του πελάτη σε θέματα concierge, δηλαδή τις κρατήσεις εστιατορίων, εκδρομών, δραστηριοτήτων στο νησί, την παροχή προτάσεων και τις ενοικιάσεις οχημάτων.

Οι οδηγοί- bell boy θα είναι υπεύθυνοι για την παραλαβή των επισκεπτών από το λιμάνι σύμφωνα με το πρόγραμμα που θα παραλαμβάνουν από την reception, την επιστροφή των επισκεπτών στο λιμάνι κατά την αναχώρησή τους και την διαχείριση των αποσκευών τους. Θα προτιμηθούν άτομα με μικρή εμπειρία και ιδιαίτερα σε θέση οδηγού και όρεξη για επαφή με τον πελάτη.

Το τμήμα housekeeping θα αποτελείται από δύο καμαριέρες και έναν συντηρητή. Το προσωπικό που θα προσληφθεί θα πρέπει να έχει τις τεχνικές γνώσεις που απαιτούνται και να τηρεί τις προδιαγραφές ποιότητας που έχει ορίσει η Γενική Διεύθυνση. Η καθαριότητα θα πραγματοποιείται κατά τις πρωινές ώρες ενώ οι κοινόχρηστοι χώροι θα καθαρίζονται στην αρχή και στο τέλος της βάρδιας. Οι οδηγοί θα είναι σε θέση να βοηθούν στη συλλογή των λινών τα οποία θα πηγαίνουν στον εξωτερικό συνεργάτη για πλύσιμο.

Αναφορικά με το συντηρητή, αυτός χρειάζεται να έχει υψηλές τεχνικές και μηχανικές γνώσεις και να επεμβαίνει άμεσα για την επίλυση οποιουδήποτε προβλήματος, το οποίο στόχος είναι να αποκαθίσταται το συντομότερο δυνατό.

Στον χώρο της κουζίνας θα εργάζονται συνολικά έξι άτομα. Ο υπεύθυνος του πρωινού θα εργάζεται στην πρώτη βάρδια και θα είναι υπεύθυνος για την Παρασκευή του πρωινού μπουφέ και των κατά παραγγελία πιάτων. Όταν θα ολοκληρώνεται το πρωινό και έως τη λήξη της βάρδιας του θα συμμετέχει στο snack bar. Σε ενδιάμεση βάρδια θα εργάζεται ο βοηθός κουζίνας, με συμπληρωματικές αρμοδιότητες όπως το στήσιμο και η λάντζα. Την απογευματινή βάρδια θα αναλαμβάνουν ο μάγειρας του snack bar και ο barista-barman. Οι δύο σερβιτόροι θα εργάζονται εναλλάξ σε πρωινή και απογευματινή βάρδια και θα εξυπηρετούν το κεντρικό κτίριο και το room service. Για όλες τις θέσεις θα προτιμηθούν άτομα με καταγωγή από την Πάτμο και γνώση της τοπικής και μεσογειακής κουζίνας. Ακόμη, σημαντική είναι η εμπειρία 2-5 ετών στον τουριστικό κλάδο ή στον κλάδο εστίασης και για τους σερβιτόρους η καλή γνώση αγγλικών.

## **7.2 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ, ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

Στόχος της μονάδας μας είναι να προσελκύσει προσωπικό από την τοπική κοινωνία. Θα προτιμηθούν άνθρωποι οι οποίοι όχι μόνο είναι κάτοχοι σχετικών τίτλων, αλλά και εκείνοι οι οποίοι διαθέτουν επαρκή εμπειρία. Σημαντικό επομένως είναι όχι γενικά η εύρεση προσωπικού, αλλά και η εύρεση του κατάλληλου προσωπικού. Η διαθεσιμότητα εργατικού δυναμικού στο νησί είναι περιορισμένη, καθώς αποτελεί ένα μικρό νησί με λίγους μόνιμους κατοίκους. Συνεπώς, η επιχείρηση θα προσπαθήσει να προσελκύσει τόσο ντόπιους όσο και προσωπικό από την υπόλοιπη Ελλάδα παρέχοντας ανταγωνιστικούς μισθούς και άλλα πλεονεκτήματα.

Απαραίτητες ενέργειες για το προσωπικό είναι η κατάλληλη εκπαίδευση και η κατάρτισή του. Ο Γενικός Διευθυντής θα υποστηρίζει το ανθρώπινο δυναμικό σε κάθε δυσκολία που μπορεί να αντιμετωπίζει καθημερινά, θα ενισχύει την πρωτοβουλία και θα φροντίζει να ανταμοίβεται δίκαια η προσπάθεια του κάθε εργαζόμενου. Το προσωπικό θα λαμβάνει συνεχή εκπαίδευση τόσο κατά την πρόσληψη όσο και κατά την διάρκεια της σεζόν, ώστε ο κάθε εργαζόμενος να γνωρίσει σε βάθος τα καθήκοντά του ώστε να λειτουργεί αυτόνομα αλλά και τη φιλοσοφία της ομάδας και της επιχείρησης. Η εκπαίδευση θα αφορά τόσο το τεχνικό και διεκπαιρωτικό κομμάτι, όσο και την ανάπτυξη δεξιοτήτων σχετικών με την εξατομικευμένη εξυπηρέτηση του πελάτη, την επίλυση προβλημάτων, την αντιμετώπιση κρίσιμων καταστάσεων και την προαγωγή του νησιού.

Σκοπός είναι, όπου αυτό είναι εφικτό και επιθυμητό και από τις δύο πλευρές, να αναπτυχθούν σχέσεις εμπιστοσύνης με τους εργαζόμενους και να χτιστούν τα θεμέλια για σταθερές συνεργασίες με τους ίδιους ανθρώπους. Με τον τρόπο αυτό, η επιχείρηση θα επιτύχει μεγαλύτερη παραγωγικότητα και μειωμένο κόστος επαναλαμβανόμενης εκπαίδευσης και οι εργαζόμενοι θα βρουν έδαφος για ανάπτυξη και εξέλιξη.



### 7.3 ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΜΟΙΒΩΝ ΚΑΙ ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ

Ως ανταμοιβή ορίζεται η παροχή εκείνη (χρηματική ή μη) που αποδίδεται στον εργαζόμενο λόγω της αποτελεσματικής διενέργειας των καθηκόντων του που ορισμένες φορές δε μπορεί εκείνος να υπερβεί αυτών και να αποφέρει ένα ακόμα καλύτερο αποτέλεσμα για την επιχείρηση συμβάλλοντας έτσι στην επίτευξη των στόχων της τελευταίας. Η επιχείρηση λαμβάνοντας υπόψη το βαθμό αποτελεσματικότητας της εργασίας ενός υπαλλήλου τον επιβραβεύει με επιπρόσθετες παροχές ως αναγνώριση της προσπάθειας και συμβολής του παρέχοντάς του κίνητρα να εξελίσσεται συνεχώς και χτίζοντας μια σχέση εμπιστοσύνης και αλληλοεκτίμησης. Η υπό μελέτη ξενοδοχειακή μονάδα, προσφέρει έναν ικανοποιητικό μισθό σύμφωνα με τα δεδομένα του νησιού αλλά και της γενικότερης αγοράς, πλήρη ασφαλιστική κάλυψη, δύο ρεπό μηνιαίως, πιθανότητα συνεργασίας στο μέλλον, ευκαιρίες εκπαίδευσης και εξέλιξης, μπόνους αποδοτικότητας, διαμονή σε ανακαινισμένα και πλήρως εξοπλισμένα δωμάτια, ένα γεύμα την ημέρα που παρασκευάζεται με τις ίδιες προδιαγραφές των γευμάτων των πελατών και έκπτωση στο εστιατόριο του ιδιοκτήτη.

Στην δαπάνη μισθοδοσίας των εργαζομένων προστίθεται η δαπάνη για εργοδοτικές εισφορές και εισφορές εργαζομένου στον ΕΦΚΑ. Στον καθορισμό του τελικού μικτού μισθού προσμετρώνται τα προσόντα του κάθε υπαλλήλου και έχει υπολογιστεί ετήσια αύξηση 3%.

Στον πίνακα που ακολουθεί υπολογίζεται η ετήσια δαπάνη μισθοδοσίας.

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΑΤΟΜΑ	ΜΙΣΘΟΣ	ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ	ΕΙΣΦΟΡΕΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ	ΣΥΝΟΛΟ	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ
<b>ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</b>							
1	Γενικός Διευθυντής	1	2,500 €	608 €	383 €	3,492 €	20,949 €
<b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ</b>							
<b>ΤΜΗΜΑ ΥΠΟΔΟΧΗΣ &amp; ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>							
2	Υπάλληλοι Υποδοχής	2	1,000.00 €	243 €	153 €	1,397 €	8,380 €
3	Οδηγοί - Bell boy	2	900.00 €	219 €	138 €	1,257 €	7,542 €
<b>ΤΜΗΜΑ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ &amp; ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ</b>							
4	Καμαριέρες	2	900 €	219 €	138 €	1,257 €	7,542 €
5	Συντηρητής	1	900 €	219 €	138 €	1,257 €	7,542 €
<b>ΤΜΗΜΑ F&amp;B</b>							
6	Μάγειρας πρωινού	1	1,000.00 €	243 €	153 €	1,397 €	8,380 €
7	Μάγειρας Snack bar	1	1,000.00 €	243 €	153 €	1,397 €	8,380 €
8	Βοηθός κουζίνας	1	900 €	219 €	138 €	1,257 €	7,542 €
9	Barista- Barman	1	1,000 €	243 €	153 €	1,397 €	8,380 €
10	Σερβιτόροι	2	900 €	219 €	138 €	1,257 €	7,542 €
	Συνολικό κόστος	14	11,000 €	2,676 €	1,686 €	15,363 €	92,176 €

Πίνακας 48: Ετήσια συνολική δαπάνη μισθοδοσίας

	2023	2024	2025	2026	2027
Κόστος μισθοδοσίας	92,176 €	94,940.87 €	97,789.09 €	100,722.77 €	103,744.45 €

Πίνακας 49: Ετήσια συνολική δαπάνη μισθοδοσίας αναπροσαρμοσμένη ανά έτος

## **8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

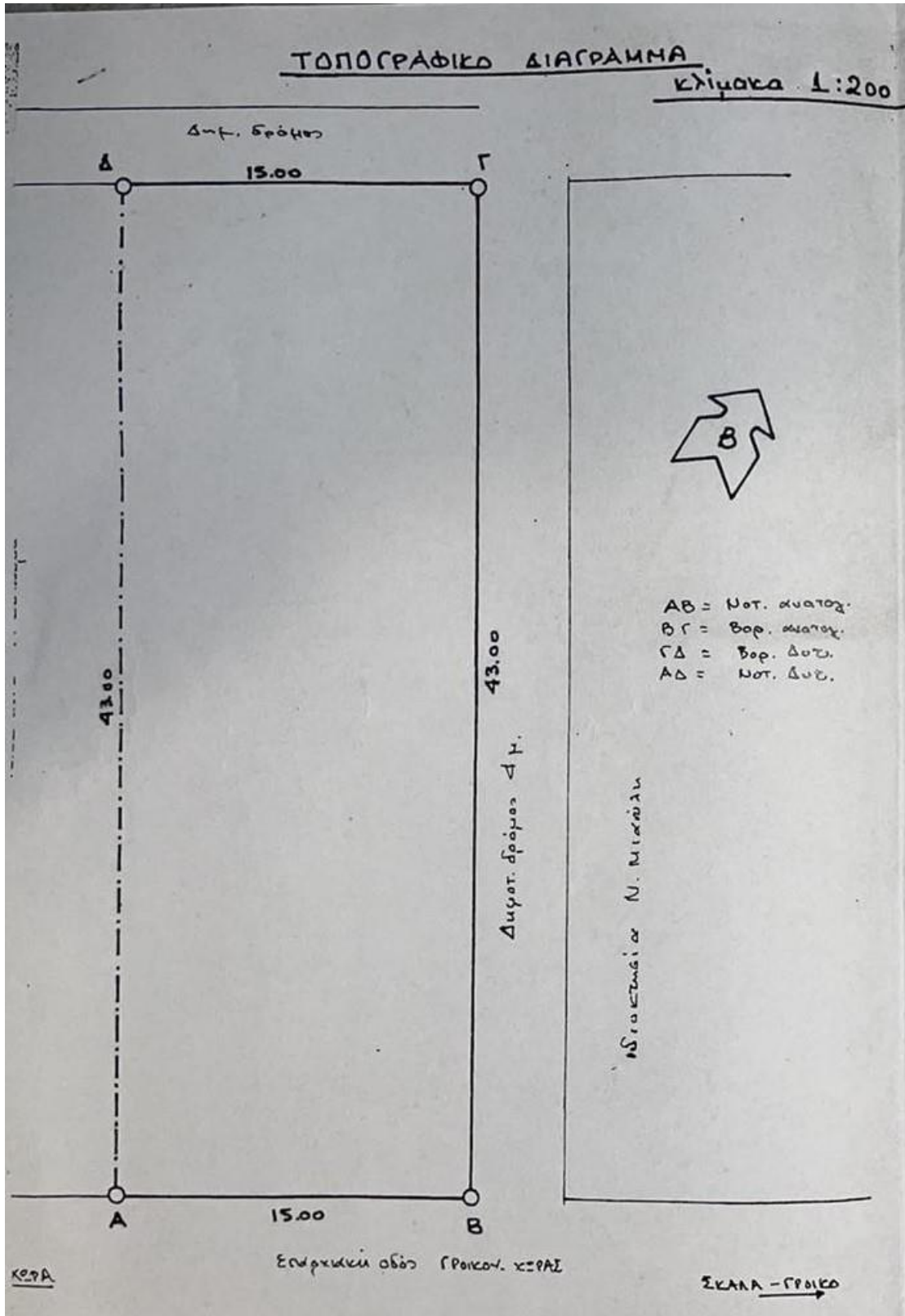
### **8.1 ΤΟΠΟΓΡΑΦΙΚΟ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ**

Η παραπάνω ξενοδοχειακή μονάδα σχεδιάστηκε με γνώμονα τη διαθεσιμότητα ενός συγκεκριμένου οικοπέδου στο οποίο ο ιδιοκτήτης ήθελε να επενδύσει. Το οικόπεδο, μεγέθους 645 τ.μ., αποτελεί οικογενειακή κληρονομιά του επενδυτή και βρίσκεται στο χωριό Γροίκος.

Όπως αναλύθηκε με περισσότερες λεπτομέρειες σε προηγούμενο κεφάλαιο, η τοποθεσία του Γροίκου είναι ιδανική για το νησί της Πάτμου. Αποτελεί ένα ήσυχο ψαροχώρι, με αμφιθεατρική θέα στον εντυπωσιακό βράχο της Καλλικατσούς και απόσταση σχεδόν 4 χιλιομέτρων τόσο από το λιμάνι της Σκάλας όσο και από τη Χώρα της Πάτμου. Ο κόλπος του Γροίκου έχει συμπεριληφθεί στο πρόγραμμα με τους ομορφότερους κόλπους παγκοσμίως, ενώ προσφέρει στον επισκέπτη επιλογές φαγητού και εύκολη πρόσβαση σε όλες τις παραλίες του νησιού.

Στην ίδια τοποθεσία και σε απόσταση 3 λεπτών βρίσκεται δεύτερη επιχείρηση του επενδυτή, ένα παραδοσιακό εστιατόριο. Αυτό αποτελεί έναν θετικό και χρήσιμο παράγοντα καθώς η μία επιχείρηση μπορεί να ενισχύει την άλλη. Ειδικότερα στην περίπτωση του ξενοδοχείου, δεν υπήρχε η δυνατότητα λειτουργίας εστιατορίου λόγω περιορισμένου χώρου. Με αυτόν τον τρόπο, ο ιδιοκτήτης μπορεί να εκμεταλλευτεί και να προωθήσει το εστιατόριό του στους επισκέπτες. Παράλληλα, η παρουσία και στις δύο επιχειρήσεις διευκολύνεται.

Στις παρακάτω εικόνες παρουσιάζεται το τοπογραφικό διάγραμμα του οικοπέδου:



Εικόνα 21: Τοπογραφικό διάγραμμα οικοπέδου



Η κατασκευή της ξενοδοχειακής μονάδας θα επηρεάσει θετικά την οικονομία του νησιού με τις νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν κατά τη λειτουργία της, την απασχόληση εργαζομένων στη διαδικασία κατασκευής της, καθώς και με τη σύναψη συνεργασιών με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές. Ακόμη, η ανέγερση ενός ακόμη καταλύματος θα προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες στο νησί, κυρίως μάλιστα τουρίστες υψηλότερων εισοδημάτων αφού πρόκειται για πολυτελές ξενοδοχείο.

## **9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ** **ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

### **9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ**

Το παρόν κεφάλαιο εστιάζει στη φάση εκτελέσεως του έργου εξετάζοντας τη χρονική περίοδο που απαιτείται από τη λήψη της απόφασης για την επένδυση του έργου (προμελέτη σκοπιμότητας) έως την έναρξη λειτουργίας της υπό μελέτη ξενοδοχειακής μονάδας. Αποτελεί απαραίτητο στοιχείο στο στάδιο της προμελέτης σκοπιμότητας, μιας και αυτή η φάση μπορεί να επεκταθεί χρονικά και να επηρεάσει τα βήματα προς την ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου με συνέπειες στην οικονομική λειτουργία του προγράμματος. Στο κεφάλαιο αυτό προσδιορίζονται τόσο οι οικονομικοί πόροι που απαιτούνται για τη διενέργεια του προγράμματος όσο και η διασφάλιση της χρηματοδότησης που είναι αναγκαία για την εκτέλεση αυτού, αλλά και για τη μετέπειτα λειτουργία της εν λόγω τουριστικής επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, τα βήματα που πρέπει να ακολουθηθούν συνοψίζονται παρακάτω:

- Σύνθεση ομάδας επιβλέψεως της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου και προσδιορισμός όλων των εργασιών που απαιτούνται για την υλοποίησή του,
- Διαμόρφωση χρονοδιαγράμματος σύμφωνα με το οποίο θα οριστούν προθεσμίες για την εκτέλεση κάθε σταδίου,
- Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση της κάθε εργασίας, καθώς και το κόστος αυτών,
- Κατάρτιση προϋπολογισμού για την εκτέλεση του επενδυτικού έργου και καταγραφή χρηματικών ροών, που θα βοηθήσουν στην εξασφάλιση της διαθεσιμότητας των απαραίτητων κεφαλαίων για όλη τη φάση της εκτελέσεως του έργου και
- Ακριβής παράθεση και τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτελέσεως του έργου, τα οποία καθιστούν δυνατό τον προγραμματισμό και προϋπολογισμό.

### **9.2 ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ**

Κρίνεται απαραίτητο κατά τη διενέργεια του επενδυτικού σχεδίου ο ορισμός ενός υπευθύνου για την επίβλεψη του έργου. Το ρόλο αυτό θα αναλάβει ο ίδιος ο επενδυτής Γ.Λ., ο οποίος έχει γνώση επί των διαδικασιών και αποτελεί τον πλέον ενδιαφερόμενο για το συγκεκριμένο επενδυτικό έργο. Εκείνος θα ελέγχει την τήρηση του χρονοδιαγράμματος, δηλαδή την ολοκλήρωση της κάθε εργασίας εντός των προθεσμιών που έχουν οριστεί, καθώς επίσης θα επιβλέπει τη διάθεση πόρων και σε περίπτωση που παρατηρεί κάποια απόκλιση, θα προβαίνει σε διορθωτικές ενέργειες.

Παράλληλα, ο πολιτικός μηχανικός και ο αρχιτέκτονας θα υποστηρίζουν την παρακολούθηση και τις τεχνικές εργασίες και προθεσμίες του έργου.

Τα στάδια εκτέλεσης του έργου περιλαμβάνουν:

- 1) Σύσταση ομάδας εκτέλεσης έργου

Ανάθεση της επίβλεψης της εκτελέσεως έργου σε έμπειρη ομάδα συνεργάτιδας τεχνικής εταιρείας. Θα επιβλέπει τον χρονικό και οικονομικό προγραμματισμό δίνοντας τις σωστές κατευθύνσεις και οδηγίες για την αποτελεσματική υλοποίησή του. Επιπλέον, θα γίνει σύσταση νομικής ομάδας για την υποστήριξη του έργου. Η διαδικασία αυτή θα διαρκέσει ένα μήνα.

#### 2) Λήψη αδειών και σύσταση εταιρείας

Η σύσταση της εταιρείας απαιτεί επίσημη αίτηση προς τις αρχές και επίσημη άδεια και κατοχύρωση της νέας εταιρείας. Δεν υπάρχουν συνέταιροι επομένως δε χρειάζεται κάποια επιπλέον συμφωνία. Η διαδικασία αυτή θα διαρκέσει ένα μήνα.

#### 3) Προμήθεια εξοπλισμού

- Σχεδιασμός του μηχανολογικού εξοπλισμού,
- Έρευνα αγοράς και ζήτηση προσφορών με προτίμηση σε τοπικές εταιρείες, με σκοπό την προμήθεια του μηχανολογικού και βοηθητικού εξοπλισμού και
- Μελέτη των προσφορών και επιλογή της καλύτερης βάσει ποιοτικών και κοστολογικών κριτηρίων.

Πιο χρονοβόρος είναι ο σχεδιασμός του μηχανολογικού εξοπλισμού. Ο επενδυτής έχει γνώση της αγοράς και ήδη έχει αναπτύξει συνεργασίες και σχέσεις εμπιστοσύνης με προμηθευτές.

Η διαδικασία αυτή θα διαρκέσει δύο μήνες.

#### 4) Σχεδιασμός έργου πολιτικού μηχανικού

Χρονικά η εργασία αυτή που περιλαμβάνει τα έργα και τις μελέτες του Πολιτικού Μηχανικού θα πραγματοποιηθεί παράλληλα με αυτήν της Προμήθειας Εξοπλισμού, γιατί απαιτείται να εξεταστούν λεπτομερώς οι προσφορές από τον Πολιτικό Μηχανικό και να κατοχυρωθεί η τελική επιλεγμένη προσφορά με ειδικό συμβόλαιο. Η διάρκεια αυτού του σταδίου θα είναι τρεις μήνες.

#### 5) Λήψη αδειών εγκαταστάσεων

Ενέργειες που αφορούν την έκδοση των αδειών εγκατάστασης της ξενοδοχειακής επιχείρησης, με χρονικό ορίζοντα δύο μηνών.

#### 6) Προγραμματισμός χρηματοδότησης

Ο επενδυτής θα διαθέσει ένα κεφάλαιο αλλά θα χρειαστεί και κάποια δανειοδότηση. Λόγω της πιστοληπτικής ικανότητας του επενδυτή οι διαδικασίες θα συντομευθούν και θα διαρκέσουν ένα μήνα.

#### 7) Έργα υποδομής γης

Προετοιμασία του χώρου με έργα υποδομής για την εγκατάσταση της ξενοδοχειακής μονάδας. Ο απαραίτητος χρόνος ορίζεται σε ένα μήνα.

#### 8) Κατασκευή και εγκατάσταση

Πραγματοποίηση όλων των προβλεπόμενων έργων του πολιτικού μηχανικού. Για την αποτελεσματική υλοποίηση της εργασίας απαιτείται πολύς χρόνος, περίπου πέντε μήνες και πιο αναλυτικά:

#### 9) Απόκτηση εξοπλισμού

Στο χρονικό αυτό διάστημα θα πραγματοποιηθεί η παραλαβή όλου του απαιτούμενου μηχανολογικού εξοπλισμού, ο έλεγχος της λειτουργικότητάς τους και στη συνέχεια η εγκατάστασή τους. Θα χρειαστούν περίπου 15 ημέρες.

#### 10) Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου

Η διαδικασία περιλαμβάνει την κατασκευή όλων των συμπληρωματικών εγκαταστάσεων της μονάδας, που είναι οι εξής : Πισίνες, κήπος, parking, snack bar. Για το στάδιο αυτό θα χρειαστεί περίπου 1,5 μήνας.

#### 11) Εγκατάσταση τεχνολογικού εξοπλισμού

Για την επιλογή, την προμήθεια και την εγκατάσταση των τεχνολογικών μονάδων (υπολογιστές, τηλεοράσεις κ.λπ.) καθώς και των πληροφοριακών και λειτουργικών συστημάτων θα χρειαστεί μία εβδομάδα.

#### 12) Προσέλκυση και επιλογή ανθρώπινου δυναμικού

Το αρχικό στάδιο είναι η επιλογή του Γενικού Διευθυντή. Στη συνέχεια θα γίνει η επιλογή του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού, του οποίου η προσέλκυση θα γίνει τόσο μέσω ανάρτησης αγγελιών στο διαδίκτυο όσο και μέσω επαφών στο νησί. Θα χρειαστούν δύο μήνες για να ολοκληρωθεί η διαδικασία.

#### 13) Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού

Η εκπαίδευση του μόνιμου προσωπικού θα πραγματοποιηθεί από τον Γενικό Διευθυντή και θα διαρκέσει δύο εβδομάδες.

#### 14) Προμήθεια α' υλών και εφοδίων

Παραλαβή και έλεγχος όλων των α' υλών που απαιτούνται για την ομαλή λειτουργία των τμημάτων που σχετίζονται με τρόφιμα και ποτά (κουζίνα, snack bar). Η διάρκεια θα είναι περίπου 15 ημέρες.

#### 15) Marketing πριν την έναρξη της λειτουργίας

Οι διαδικασίες για την καμπάνια Μάρκετινγκ σχεδιάζεται να ξεκινήσουν 4 μήνες πριν από την έναρξη λειτουργίας της μονάδας, ούτως ώστε να υπάρχει αρκετός χρόνος για τη δημιουργία αναγνωρισιμότητας από τους πελάτες.

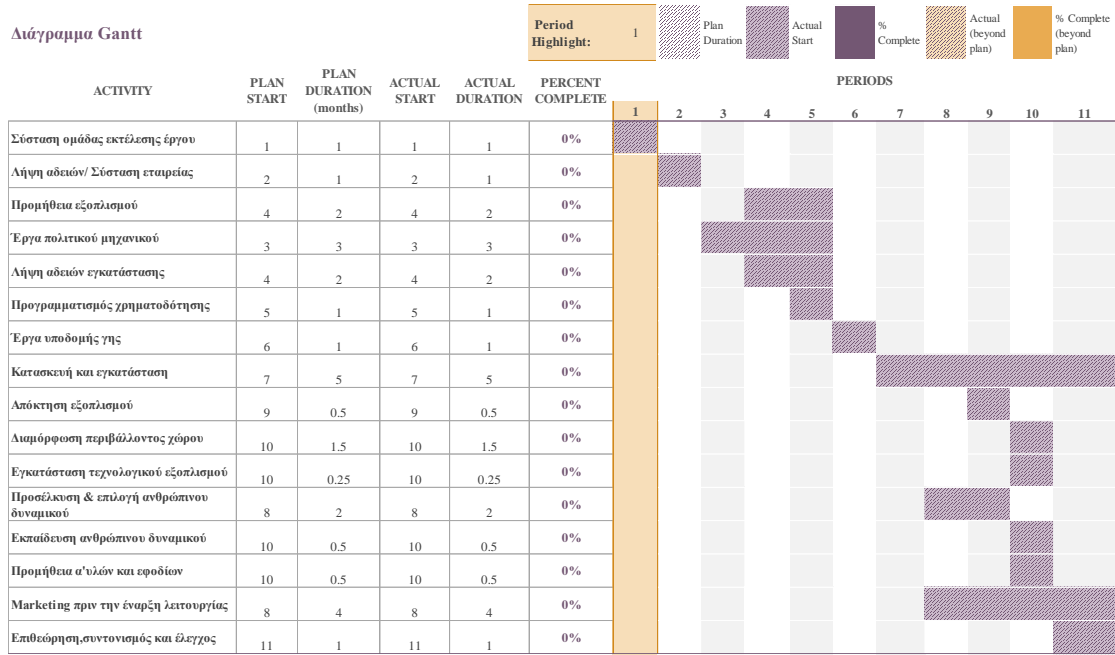
#### 16) Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος

Η τελική αξιολόγηση όλων των διαδικασιών που προηγήθηκαν, ο συντονισμός των τμημάτων, η εξοικείωση όλων των εργαζομένων τόσο με τις εγκαταστάσεις όσο και με τις διαδικασίες και τέλος η εξασφάλιση ότι η μονάδα είναι πλήρως έτοιμη να λειτουργήσει θα διαρκέσει ένα μήνα.

Ο χρονικός προγραμματισμός των εργασιών για τη δημιουργία της μονάδας μπορεί να αποτυπωθεί εύκολα με τη βοήθεια του διαγράμματος Gantt και η συνολική του διάρκεια είναι 11 μήνες.



### Διάγραμμα Gantt



Εικόνα 23: Διάγραμμα Gantt

## 9.3 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΡΓΟΥ

Στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα για το κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού έργου έχουν συνυπολογιστεί όλα τα κόστη που πρέπει να καταβληθούν από τον επιχειρηματία πριν την έναρξη λειτουργίας της υπό μελέτη ξενοδοχειακής μονάδας. Σχετικά με το κόστος για την εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, αυτή θα πραγματοποιείται από τον γενικό διευθυντή, ενώ αναφορικά με την επιθεώρηση, συντονισμό και έλεγχο του επενδυτικού έργου, αυτή θα πραγματοποιηθεί από τον επενδυτή και ιδιοκτήτη της επιχείρησης. Τέλος, ως προς την προμήθεια πρώτων υλών και εφοδίων ο επενδυτής έχει ήδη αναπτύξει συμφέρουσες συνεργασίες με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές.

A/A	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Σύσταση Επιτελείου	1,000 €
2	Λήψη Αδειών και Σύσταση Εταιρείας	500 €
3	Λήψη Αδειών Εγκατάστασης	500 €
4	Παραλαβή Εξοπλισμού και Έλεγχος	1,000 €
7	Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων	500 €
8	Μάρκετινγκ πριν την Έναρξη της Λειτουργίας	200 €
ΣΥΝΟΛΟ		3,700 €

Πίνακας 50: Κόστος εκτελέσεως έργου

## **10.ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Στο σημείο αυτό θα γίνει η χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου.

### **10.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Στον παρακάτω πίνακα συνοψίζεται το συνολικό κόστος του πάγιου ενεργητικού. Οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού θα υπολογίζονται με τη γραμμική (σταθερή) μέθοδο απόσβεσης, με μηδενική υπολειμματική αξία και ωφέλιμη ζωή 20 έτη.

<b>Περιγραφή</b>	<b>Κόστος</b>
<i>Πάγιες δαπάνες</i>	789,334.00 €
Κόστος εξοπλισμού	181,634.00 €
Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού	607,700.00 €
<i>Προπαραγωγικές δαπάνες</i>	5,200.00 €
Κόστος προμελέτης σκοπιμότητας	1,500.00 €
Κόστος εκτέλεσης έργου	3,700.00 €
<b>Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού</b>	<b>794,534.00 €</b>

Πίνακας 51: Κόστος Πάγιου Ενεργητικού

Οι ελάχιστες απαιτήσεις του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού σε ημέρες βάσει του παρακάτω πίνακα είναι:

Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού		
Λογαριασμοί Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	Ημέρες	
Λογαριασμοί εισπρακτέοι	40	ημέρες στο ετήσιο κόστος παροχής υπηρεσιών μείον αποσβέσεις & τόκους
<u>Αποθέματα:</u>		
Α' Υλεις	25	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Γραφική ύλη	45	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Στολές	120	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Υλικά καθαρισμού	90	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Διάφορα Αναλώσιμα	30	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Ανταλλακτικά	360	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Μετρητά στο ταμείο	20	ημέρες στο ετήσιο κόστος λειτουργίας μείον το κόστος α' υλών & λοιπών εφοδίων, αποσβέσεις & τόκους
Λογαριασμοί πληρωτέοι	30	ημέρες στο ετήσιο κόστος α' υλών & λοιπών εφοδίων

Πίνακας 52: Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού

Το συνολικό ετήσιο κόστος λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας συγκεντρώνεται στον παρακάτω πίνακα:

	Ετήσιο κόστος λειτουργίας				
	2023	2024	2025	2026	2027
Α' ύλεις	68,306.31 €	77,560.50 €	83,173.56 €	88,217.72 €	93,674.78 €
Γενικά έξοδα λειτουργίας	34,120.97 €	35,740.25 €	39,186.78 €	39,387.69 €	42,718.35 €
Έξοδα Marketing	39,030.79 €	42,335.31 €	45,038.72 €	47,600.61 €	50,349.99 €
Μισθοδοσία Ανθρώπινου Δυναμικού	92,175.60 €	94,940.87 €	97,789.09 €	100,722.77 €	103,744.45 €
Συντήρηση καρίων και εξοπλισμού	500.00 €	1,700.00 €	1,751.00 €	1,803.53 €	1,857.64 €
Χρηματοοικονομικά	0	0	0	0	0
Αποσβέσεις	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €
<b>Συνολικό κόστος</b>	<b>273,860.37 €</b>	<b>292,003.63 €</b>	<b>306,665.85 €</b>	<b>317,459.01 €</b>	<b>332,071.90 €</b>

Πίνακας 53: Ετήσιο κόστος λειτουργίας

Το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης για την έναρξη της επιχείρησης υπολογίζεται σε 35.650,88 ευρώ, ενώ τα απαιτούμενα μετρητά σε 9.212,63 ευρώ, σύμφωνα με τους παρακάτω υπολογισμούς:

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ 2023	ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	2023
<b>ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>				<b>41,343.07 €</b>
<i>Εισπρακτέοι λογαριασμοί</i>	234,133.67 €	40	9	26,014.85 €
<i>Αποθέματα</i>				
<i>Α' Υλες Επισιτιστικών τμημάτων</i>	28,644.30 €	25	14.4	1,989.19 €
<i>Συντήρηση-Καθαριότητα</i>	4,429.13 €	90	4	1,107.28 €
<i>Γραφική Ύλη</i>	2,214.57 €	45	8	276.82 €
<i>Φαρμακείο</i>	150.00 €	30	12	12.50 €
<i>Ενέργεια</i>	31,003.94 €	30	12	2,583.66 €
<i>Τηλεπικοινωνίες</i>	1,200.00 €	30	12	100.00 €
<i>Λαχανόκηπος</i>	664.37 €	25	14.4	46.14 €
<i>Μετρητά στο ταμείο</i>	165,827.36 €	20	18	9,212.63 €
<b>ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>				<b>5,692.19 €</b>
<i>Πληρωτέοι λογαριασμοί</i>	68,306.31 €	30	12	5,692.19 €
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>				<b>35,650.88 €</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>				<b>273,860.37 €</b>
<i>(Α' Υλες και άλλα εφόδια)</i>				-68,306.31 €
<i>(Αποσβέσεις)</i>				-39,726.70 €
				165,827.36 €
<b>ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ</b>				<b>9,212.63 €</b>

Πίνακας 54: Καθαρό κεφάλαιο κίνησης

Έτσι, το συνολικό κόστος επένδυσης διαμορφώνεται σε 830.184,88 ευρώ.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
<i>Πάγιο Ενεργητικό</i>	794,534.00 €	96%
<i>Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης</i>	35,650.88 €	4%
<b>Σύνολο</b>	<b>830,184.88 €</b>	<b>100%</b>

Πίνακας 55: Συνολικό κόστος επένδυσης

## 10.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η χρηματοδότηση της επένδυσης θα προέλθει από τρεις πηγές που θα είναι τα Ίδια κεφάλαια, η κρατική επιχορήγηση μέσω ΕΣΠΑ και ο τραπεζικός δανεισμός. Συγκεκριμένα, ο επενδυτής μας διαθέτει το ποσό των 140.000€ για την κάλυψη μέρους του συνολικού κόστους της επένδυσης.

Το μακροπρόθεσμο δανειακό πρόγραμμα που επιλέχθηκε είναι της τράπεζας ALPHA BANK και οι όροι του είναι οι εξής:

Σύμφωνα με τον νέο αναπτυξιακό νόμο 4887/2022, για την περίοδο 2022-2027, προβλέπεται οικονομική ενίσχυση για την ίδρυση νέων και την επέκταση παλιών επιχειρήσεων. Το ποσοστό χρηματοδότησης είναι έως 70% για τις πολύ μικρές και έως 50% για τις μεγάλες επιχειρήσεις, με σκοπό την αναβάθμιση του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, τα ποσοστά κυμαίνονται από 30%-50% και προσαυξάνονται κατά 10%.

Οι επιδοτήσεις αυτές του Αναπτυξιακού Νόμου μπορούν να συνδυαστούν με χρηματοδότηση από το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, με ελάχιστο σταθερό επιτόκιο 0,35% για τις μικρές και 1% για μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις.<sup>112</sup>

Έτσι, σύμφωνα με τα κριτήρια του αναπτυξιακού νόμου, το μέγεθος της επιχείρησης και την τοποθεσία μπορεί να επιτευχθεί ποσοστό κρατικής επιχορήγησης 60%. Για την κάλυψη του απαιτούμενου ποσού πέρα της εισφοράς του επενδυτή θα γίνει αίτηση για τη χορήγηση δανείου.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
<i>Κρατική επιχορήγηση βάσει 4887/2022</i>	498,110.93 €	60%
<i>Δανεισμός</i>	192,073.95 €	23%
<i>Ίδια Κεφάλαια</i>	140,000.00 €	17%
<b>Σύνολο</b>	<b>830,184.88 €</b>	<b>100%</b>

Πίνακας 56: Ποσοστά χρηματοδότησης

Για τον υπολογισμό των μηνιαίων τοκοχρεωλυτικών δόσεων, γίνεται υπόθεση χορήγησης δανείου ύψους 192.073.95 € από την Alpha Bank, με σταθερό επιτόκιο 5% σε συνδυασμό με το πρόγραμμα ευνοϊκής χρηματοδότησης του αναπτυξιακού νόμου, περίοδο χάριτος δύο ετών και διάρκεια αποπληρωμής 15 έτη.

<sup>112</sup> Μακραδής Φ. (2022). *Χαμηλότοκα δάνεια μέσω ΤΑΑ και επιδοτήσεις έως 70% για ανάπτυξη επενδύσεων στον ξενοδοχειακό κλάδο*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/chamilotoka-dania-meso-taa-ke-epidotisis-eos-70-gia-anaptixi-ependiseon-ston-xenodochiako-klado/>, (Προσπελάστηκε 15/10/2022).

Έτος	Ποσό αρχής	Δόση	Τόκος	Αποπληρωμή κεφαλαίου	Υπόλοιπο
1	192,073.95 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	192,073.95 €
2	192,073.95 €	0.00 €	0.00 €	0.00 €	192,073.95 €
3	192,073.95 €	20,123.04 €	9,603.70 €	10,519.35 €	181,554.61 €
4	181,554.61 €	20,123.04 €	9,077.73 €	11,045.31 €	170,509.29 €
5	170,509.29 €	20,123.04 €	8,525.46 €	11,597.58 €	158,911.72 €
6	158,911.72 €	20,123.04 €	7,945.59 €	12,177.46 €	146,734.26 €
7	146,734.26 €	20,123.04 €	7,336.71 €	12,786.33 €	133,947.93 €
8	133,947.93 €	20,123.04 €	6,697.40 €	13,425.65 €	120,522.28 €
9	120,522.28 €	20,123.04 €	6,026.11 €	14,096.93 €	106,425.35 €
10	106,425.35 €	20,123.04 €	5,321.27 €	14,801.78 €	91,623.58 €
11	91,623.58 €	20,123.04 €	4,581.18 €	15,541.86 €	76,081.71 €
12	76,081.71 €	20,123.04 €	3,804.09 €	16,318.96 €	59,762.75 €
13	59,762.75 €	20,123.04 €	2,988.14 €	17,134.91 €	42,627.85 €
14	42,627.85 €	20,123.04 €	2,131.39 €	17,991.65 €	24,636.20 €
15	24,636.20 €	25,868.00 €	1,231.81 €	24,636.19 €	0.00 €
<b>Σύνολο</b>		<b>267,344.52 €</b>	<b>75,270.57 €</b>	<b>192,073.95 €</b>	

Πίνακας 57: Πίνακας αποπληρωμής δανείου

### 10.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Δεδομένου ότι η επένδυση αφορά την παροχή υπηρεσιών, το κόστος παραγωγής ισούται με το κόστος παροχής υπηρεσιών. Μετά τον υπολογισμό των τοκοχρεολυσίων, υπολογίζεται ο τελικός πίνακας κόστους για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας.

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΤΗΣΙΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ					
	2023	2024	2025	2026	2027
Αύλες	68,306.31 €	77,560.50 €	83,173.56 €	88,217.72 €	93,674.78 €
Γενικά έξοδα λειτουργίας	34,120.97 €	35,740.25 €	39,186.78 €	39,387.69 €	42,718.35 €
Έξοδα Marketing	39,030.79 €	42,335.31 €	45,038.72 €	47,600.61 €	50,349.99 €
Μισθοδοσία	92,175.60 €	94,940.87 €	97,789.09 €	100,722.77 €	103,744.45 €
Συντήρηση καρίων και εξοπλισμού	500.00 €	1,700.00 €	1,751.00 €	1,803.53 €	1,857.64 €
Χρηματοοικονομικά έξοδα	0.00 €	23,337.50 €	23,337.50 €	23,337.50 €	23,337.50 €
Αποσβέσεις	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €	39,726.70 €
<b>Συνολικό κόστος παροχής υπηρεσιών</b>	<b>273,860.37 €</b>	<b>315,341.13 €</b>	<b>330,003.35 €</b>	<b>340,796.51 €</b>	<b>355,409.40 €</b>

Πίνακας 58: Κόστος παροχής υπηρεσιών 2023-2027

Αντίστοιχα, υπολογίζονται οι ανάγκες κεφαλαίου κίνησης για τα επόμενα πέντε έτη.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2023	2024	2025	2026	2027
<b>ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>	<b>41,343.07 €</b>	<b>44,667.66 €</b>	<b>47,299.88 €</b>	<b>49,269.31 €</b>	<b>51,889.12 €</b>
<i>Εισπρακτέοι λογαριασμοί</i>	26,014.85 €	28,030.77 €	29,659.91 €	30,859.15 €	32,482.80 €
<i>Αποθέματα</i>					
<i>Α' Υλεις Επισιτιστικών τμημάτων</i>	1,989.19 €	2,293.34 €	2,465.80 €	2,618.50 €	2,784.08 €
<i>Συντήρηση-Καθαριότητα</i>	1,107.28 €	1,248.16 €	1,338.61 €	1,420.85 €	1,509.65 €
<i>Γραφική Υλη</i>	276.82 €	312.04 €	334.65 €	355.21 €	377.41 €
<i>Φαρμακείο</i>	12.50 €	12.50 €	12.50 €	12.50 €	12.50 €
<i>Ενέργεια</i>	2,583.66 €	2,912.38 €	3,123.43 €	3,315.31 €	3,522.53 €
<i>Τηλεπικοινωνίες</i>	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €	100.00 €
<i>Λαχανόκηπος</i>	46.14 €	52.01 €	55.78 €	59.20 €	62.90 €
<i>Μετρητά στο ταμείο</i>	9,212.63 €	9,706.47 €	10,209.20 €	10,528.59 €	11,037.25 €
<b>ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>	<b>5,692.19 €</b>	<b>6,463.38 €</b>	<b>6,931.13 €</b>	<b>7,351.48 €</b>	<b>7,806.23 €</b>
<i>Πληρωτέοι λογαριασμοί</i>	5,692.19 €	6,463.38 €	6,931.13 €	7,351.48 €	7,806.23 €
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>	<b>35,650.88 €</b>	<b>38,204.29 €</b>	<b>40,368.75 €</b>	<b>41,917.83 €</b>	<b>44,082.89 €</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>	<b>273,860.37 €</b>	<b>292,003.63 €</b>	<b>306,665.85 €</b>	<b>317,459.01 €</b>	<b>332,071.90 €</b>
<i>(Α' Υλεις και άλλα εφόδια)</i>	-68,306.31 €	-77,560.50 €	-83,173.56 €	-88,217.72 €	-93,674.78 €
<i>(Αποσβέσεις)</i>	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €
	165,827.36 €	174,716.43 €	183,765.59 €	189,514.59 €	198,670.42 €
<b>ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ</b>	<b>9,212.63 €</b>	<b>9,706.47 €</b>	<b>10,209.20 €</b>	<b>10,528.59 €</b>	<b>11,037.25 €</b>

Πίνακας 59: Κεφάλαιο κίνησης 2023-2027

## 10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η ανάλυση των ταμειακών ροών που παρουσιάζονται παρακάτω είναι εξίσου σημαντικό εργαλείο αξιολόγησης κάθε επενδυτή. Για την υλοποίηση της επένδυσης βέβαια σημαντικό ρόλο παίζουν και οι λογιστικές καταστάσεις καθώς συντελούν στην ανάλυση της δομής της χρηματοδότησης του επενδυτικού σχεδίου και τον υπολογισμό του κόστους κεφαλαίου.

Οι απαραίτητες λογιστικές καταστάσεις προς ανάλυση είναι:

1. Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης
2. Ο Πίνακας Χρηματικών Ροών
3. Ο Ισολογισμός

Στον πίνακα 60 παρουσιάζεται η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για τα έτη 2023-2027, με σταδιακή αύξηση των καθαρών κερδών που κυμαίνεται μεταξύ 8,7%-11,6% ετησίως.

	2023	2024	2025	2026	2027
Πωλήσεις	442,913.41 €	499,264.36 €	535,445.58 €	568,339.14 €	603,861.61 €
(-) Κόστος λειτουργίας	273,860.37 €	315,341.13 €	330,003.35 €	340,796.51 €	355,409.40 €
<b>Μικτό κέρδος</b>	169,053.04 €	183,923.23 €	205,442.23 €	227,542.63 €	248,452.21 €
(-) Φόρος εισοδήματος	37,191.67 €	40,463.11 €	45,197.29 €	50,059.38 €	54,659.49 €
<b>Καθαρό κέρδος</b>	131,861.37 €	143,460.12 €	160,244.94 €	177,483.25 €	193,792.73 €

Πίνακας 60: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Οι ταμειακές ροές για τα πέντε έτη υπολογίζονται ως εξής:

	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2023	2024	2025	2026	2027
<b>A. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ</b>	830,184.88 €	442,913.41 €	499,264.36 €	535,445.58 €	568,339.14 €	603,861.61 €
Σύνολο χρηματικών διαθεσίμων	830,184.88 €					
Έσοδα πωλήσεων	-	442,913.41 €	499,264.36 €	535,445.58 €	568,339.14 €	603,861.61 €
<b>B. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ</b>	794,534.00 €	311,052.04 €	379,141.75 €	398,538.14 €	414,193.40 €	433,406.39 €
Πάγιο ενεργητικό	794,534.00 €					
Κόστος λειτουργίας	-	273,860.37 €	315,341.13 €	330,003.35 €	340,796.51 €	355,409.40 €
Φόρος εισοδήματος	-	37,191.67 €	40,463.11 €	45,197.29 €	50,059.38 €	54,659.49 €
Δανειακές υποχρεώσεις	-	0.00 €	23,337.50 €	23,337.50 €	23,337.50 €	23,337.50 €
<b>Γ. ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ(A-B)</b>	35,650.88 €	131,861.37 €	120,122.62 €	136,907.44 €	154,145.75 €	170,455.22 €
<b>Δ. ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ</b>	35,650.88 €	167,512.25 €	287,634.87 €	424,542.30 €	578,688.05 €	749,143.27 €

Πίνακας 61: Πίνακας ταμειακών ροών



Στον πίνακα 62 υπολογίζεται ο ισολογισμός της ξενοδοχειακής μονάδας για τα έτη 2023-2027.

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2023	2024	2025	2026	2027
<b>ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
Προπαραγωγικές Δαπάνες	5,200.00 €				
Πάγιες Επενδύσεις	789,334.00 €				
Αθροισμα πάγιου ενεργητικού	794,534.00 €	754,807.30 €	715,080.60 €	675,353.90 €	635,627.20 €
Αποσβέσεις	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €	-39,726.70 €
Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού	754,807.30 €	715,080.60 €	675,353.90 €	635,627.20 €	595,900.50 €
<b>ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
Αποθέματα	6,115.59 €	6,930.43 €	7,430.78 €	7,881.57 €	8,369.08 €
Πελάτες	26,014.85 €	28,030.77 €	29,659.91 €	30,859.15 €	32,482.80 €
Διαθέσιμα	9,212.63 €	9,706.47 €	10,209.20 €	10,528.59 €	11,037.25 €
Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	41,343.07 €	44,667.66 €	47,299.88 €	49,269.31 €	51,889.12 €
Ισοζύγιο Μετρητών	167,512.25 €	287,634.87 €	424,542.30 €	578,688.05 €	749,143.27 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>963,662.62 €</b>	<b>1,047,383.13 €</b>	<b>1,147,196.09 €</b>	<b>1,263,584.56 €</b>	<b>1,396,932.90 €</b>
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	2023	2024	2025	2026	2027
<b>ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>					
Προμηθευτές	5,692.19 €	6,463.38 €	6,931.13 €	7,351.48 €	7,806.23 €
Υποχρεώσεις από φόρους-τέλη	37,191.67 €	40,463.11 €	45,197.29 €	50,059.38 €	54,659.49 €
Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων	42,883.86 €	46,926.49 €	52,128.42 €	57,410.86 €	62,465.72 €
<b>ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>					
Τραπεζικό Δάνειο	192,073.95 €	192,073.95 €	192,073.95 €	181,554.61 €	170,509.29 €
<b>ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ</b>					
Μετοχικό Κεφάλαιο	140,000.00 €	140,000.00 €	140,000.00 €	140,000.00 €	140,000.00 €
Κέρδη εις νέον	123,801.28 €	236,686.55 €	364,504.97 €	519,337.75 €	691,883.93 €
Κρατική επιχορήγηση	498,110.93 €	464,903.53 €	431,696.14 €	398,488.74 €	365,281.35 €
Αποσβέσεις	-33,207.40 €	-33,207.40 €	-33,207.40 €	-33,207.40 €	-33,207.40 €
Σύνολο Καθαρής Θέσης	728,704.81 €	808,382.69 €	902,993.71 €	1,024,619.10 €	1,163,957.88 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>963,662.62 €</b>	<b>1,047,383.13 €</b>	<b>1,147,196.09 €</b>	<b>1,263,584.56 €</b>	<b>1,396,932.90 €</b>

Πίνακας 62: Ισολογισμός για τα έτη 2023-2027

Στον πίνακα που ακολουθεί υπολογίζονται οι βασικότεροι χρηματοοικονομικοί αριθμοδείκτες.

Αριθμοδείκτης	2023	2024	2025	2026	2027
Αποδοτικότητα Ενεργητικού (ROA)	21.67%	21.35%	22.21%	21.87%	21.24%
Αποδοτικότητα ΙΚ (ROE)	9.99%	14.65%	16.75%	18.75%	20.15%
Καθαρό περιθώριο Κέρδους	29.77%	28.73%	29.93%	31.23%	32.09%
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού	0.46	0.48	0.47	0.45	0.43
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Πάγιου Ενεργητικού	0.59	0.70	0.79	0.89	1.01
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	10.71	11.18	11.32	11.54	11.64
Κυκλοφοριακή Ρευστότητα	0.964	0.952	0.907	0.858	0.831
Άμεση Ρευστότητα	0.821	0.804	0.765	0.721	0.697
Ίδια προς Ξένα Κεφάλαια	3.79	4.21	4.70	5.64	6.83
Κάλυψη Τόκων			25.53	29.44	33.80

Πίνακας 63: Αριθμοδείκτες

Ο δείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού (ROA), δείχνει την αναλογία των διαθέσιμων κερδών ως προς την αξία του συνολικού ενεργητικού της. Ο δείκτης παραμένει σε σταθερά επίπεδα τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας. Αντίθετα, παρατηρείται αύξηση του δείκτη αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων (ROE), η οποία ερμηνεύεται θετικά καθώς υπολογίζει πόσο κέρδος παράγεται με την χρήση των διαθέσιμων πόρων και αποθεματικών. Με τον δείκτη καθαρού

περιθωρίου κέρδους υπολογίζεται το καθαρό κέρδος μετά την αφαίρεση του κόστους και των φόρων για κάθε 1 ευρώ εισπραξής από τις πωλήσεις της επιχείρησης. Το ποσοστό αυτό είναι ικανοποιητικό και παρουσιάζει ελαφριά αύξηση την πρώτη πενταετία λειτουργίας.

Η κυκλοφοριακή ταχύτητα ενεργητικού παρουσιάζει μικρή μείωση τα έτη 2023-2027, παραμένοντας κοντά στο 0.4. Ο δείκτης αυτός μαρτυρά την ικανότητα του ενεργητικού στην δημιουργία εσόδων από πωλήσεις. Αντίθετα, ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας πάγιου ενεργητικού αυξάνεται και σχεδόν διπλασιάζεται στην περίοδο αυτή και δείχνει την κεφαλαιακή ένταση της επιχείρησης. Όσο ο δείκτης αυξάνεται, τόσο λιγότερα πάγια χρησιμοποιεί η επιχείρηση για την δημιουργία των πωλήσεων. Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας κυκλοφορούντος ενεργητικού, με μικρές αυξήσεις στην ίδια περίοδο. Στην περίπτωση αυτών των δεικτών, κάθε αύξηση ερμηνεύεται ως θετική και ο στόχος είναι ένας υψηλότερος δείκτης, το οποίο θα σημαίνει αυξημένες πωλήσεις με χαμηλότερη χρήση των στοιχείων αυτών.

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας κινείται σε χαμηλά επίπεδα ( $< 1,3$ ) και ακόμη παρουσιάζει μείωση την περίοδο εξέτασης. Παρόμοια εικόνα παρατηρείται στον δείκτη άμεσης ρευστότητας, στη σύγκριση δηλαδή μεταξύ των άμεσων ρευστοποιήσιμων στοιχείων του ενεργητικού με τις τρέχουσες υποχρεώσεις, ο οποίος μειώνεται σε ετήσια βάση και παραμένει μικρότερος του 1. Οι δύο παραπάνω δείκτες δεν ταιριάζουν με την επιθυμητή ρευστότητα για την επιχείρηση.

Ο δείκτης ιδίων προς ξένων κεφαλαίων διατηρείται σε υψηλά επίπεδα και δείχνει το ύψος των υποχρεώσεων που καλύπτεται από ίδια κεφάλαια. Ο δείκτης κάλυψης τόκων φανερώνει τη σχέση μεταξύ καθαρών κερδών και των τόκων που βαρύνουν την επιχείρηση. Η δυνατότητα της εν λόγω επιχείρησης να εξοφλεί τους τόκους των δανειακών κεφαλαίων μέσα από τα κέρδη της κρίνεται αρκετά ικανοποιητική.

## 10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Στα πλαίσια του επενδυτικού σχεδίου και σε συνέχεια της ανάλυσης και παρουσίασης όλων των βασικών σημείων του, το πιο σημαντικό βήμα για την αποδοχή του σχεδίου αποτελεί η χρηματοοικονομική αξιολόγησή του. Αυτή μπορεί να γίνει με ποικίλες μεθόδους. Στην πορεία θα εξεταστούν οι εξής: μέθοδος της περιόδου επανείσπραξης, μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου, μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας και μέθοδος εσωτερικού βαθμού απόδοσης.

### Περίοδος επανείσπραξης (payback period)

Η μέθοδος περιόδου επανείσπραξης (payback period method) υπολογίζει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται έτσι ώστε να επανεισπραχθεί το κόστος επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών. Παρόλα αυτά, η μέθοδος δεν λαμβάνει υπόψη τη χρονική αξία του χρήματος και δεν υπολογίζει τις ταμειακές ροές μετά τη λήξη της περιόδου επανείσπραξης και έτσι συνίσταται η εφαρμογή της συνδυαστικά με άλλες μεθόδους αξιολόγησης επενδύσεων.

Στο πρώτο βήμα υπολογίζονται οι καθαρές ταμειακές ροές της επένδυσης για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας. Ο υπολογισμός γίνεται με την αφαίρεση των ταμειακών εκροών από τις ταμειακές εισροές ή διαφορετικά με το άθροισμα των καθαρών κερδών και των αποσβέσεων.

Έτος	Καθαρά Κέρδη	Αποσβέσεις	Διαφορά Κεφαλαίου Κίνησης	Καθαρή Ταμειακή Ροή	Αθροιστική Καθαρή Ταμειακή Ροή
2023	131,861.37 €	39,726.70 €	0.00 €	171,588.07 €	171,588.07 €
2024	143,460.12 €	39,726.70 €	2,553.41 €	180,633.41 €	352,221.48 €
2025	160,244.94 €	39,726.70 €	2,164.46 €	197,807.18 €	550,028.66 €
2026	177,483.25 €	39,726.70 €	1,549.08 €	215,660.87 €	765,689.53 €
2027	193,792.73 €	39,726.70 €	2,165.06 €	231,354.37 €	997,043.90 €

Πίνακας 64: Καθαρές Ταμειακές Ροές

Περίοδος	ΚΤΡ	Αθροιστική ΚΤΠ
0	-830,184.88 €	-830,184.88 €
1	171,588.07 €	-658,596.82 €
2	180,633.41 €	-477,963.40 €
3	197,807.18 €	-280,156.22 €
4	215,660.87 €	-64,495.35 €
5	231,354.37 €	166,859.02 €

Πίνακας 65: Περίοδος επανείσπραξης

Σύμφωνα με τους παραπάνω υπολογισμούς και βάσει του πίνακα 65, ο χρόνος επανείσπραξης του συνολικού κόστους επένδυσης είναι μεταξύ του τέταρτου και του πέμπτου έτους και πιο συγκεκριμένα στο τέταρτο έτος λειτουργίας θα έχουν επανεισπραχθεί τα 765.689,53 ευρώ από τα 830.184,88 ευρώ της αρχικής επένδυσης. Σαν πρώτο κριτήριο αξιολόγησης, αυτό καθιστά την επένδυση αρκετά ελκυστική.

#### Απλός συντελεστής απόδοσης κεφαλαίου (ROI, ROE)

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων υπολογίζεται με τη διαίρεση των καθαρών κερδών και των ιδίων κεφαλαίων. Αντίθετα, ο βαθμός απόδοσης των συνολικών κεφαλαίων υπολογίζεται με τη διαίρεση των καθαρών κερδών έπειτα από την πρόσθεση των τόκων και του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	2023	2024	2025	2026	2027
Καθαρό κέρδος	131,861.37 €	143,460.12 €	160,244.94 €	177,483.25 €	193,792.73 €
Ίδια Κεφάλαια	140,000.00 €				
<b>ROE</b>	<b>94%</b>	<b>102%</b>	<b>114%</b>	<b>127%</b>	<b>138%</b>
Καθαρό κέρδος και Τόκοι	131,861.37 €	143,460.12 €	169,848.64 €	186,560.98 €	202,318.19 €
Συνολικό επενδ. Κεφάλαιο	830,184.88 €				
<b>ROI</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>	<b>22%</b>	<b>24%</b>

Πίνακας 66: Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου

Σύμφωνα με τον πίνακα 66, και οι δύο συντελεστές παρουσιάζουν αύξηση και είναι αρκετά ικανοποιητικοί.

### Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV)

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) <sup>113</sup> υπολογίζει το πλεόνασμα ή την έλλειψη ταμειακών ροών, σε όρους παρούσας αξίας, σε σχέση με το κόστος κεφαλαίων που χρησιμοποιήθηκαν για μια επένδυση.

Η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών υπολογίζεται με την προεξόφληση τους χρησιμοποιώντας το κατάλληλο προεξοφλητικό επιτόκιο. Τα βήματα για τον υπολογισμό της ΚΠΑ είναι τα εξής:

- Καθορισμός όλων των ταμειακών ροών που συνδέονται με ένα έργο ή μια επένδυση καθώς και το χρονικό διάστημα κατά το οποίο αυτές θα προκύψουν.
- Καθορισμός του κατάλληλου προεξοφλητικού επιτοκίου.
- Άθροισμα της Παρούσας Αξίας όλων των ταμειακών ροών και κατ' επέκταση της κερδοφορίας της επένδυσης.

Ο μαθηματικός τύπος ορίζεται ως εξής,

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{t=1}^N \frac{\text{Ταμειακές Εισροές}}{(1+r)^t} - \text{Αρχική Επένδυση}$$

t = Χρονική περίοδος  
N = Χρονική διάρκεια της επένδυσης  
r = Προεξοφλητικό επιτόκιο

Εικόνα 24: Υπολογισμός ΚΠΑ

ενώ για άνισες μελλοντικές ταμειακές ροές ο τύπος προσαρμόζεται ως εξής:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{t=1}^v \left[ \text{ΚΤΡ}_t (\text{ΣΠΑ}_{κ,v}) \right] - \text{ΚΕ}$$

Εικόνα 25: Υπολογισμός ΚΠΑ με άνισες ΤΡ

όπου ο ΣΠΑ αντιπροσωπεύει τον συντελεστή παρούσας αξίας και υπολογίζεται με τον τύπο:

$$\text{ΣΠΑ}_{κ,v} = \left[ \frac{1}{(1+\kappa)^v} \right]$$

Εικόνα 26: Συντελεστής παρούσας αξίας

Στην περίπτωση που εξετάζεται, θα χρησιμοποιηθεί ως προεξοφλητικό επιτόκιο το κόστος κεφαλαίου, δηλαδή 5%, για την προεξόφληση των υπολογισμένων καθαρών ταμειακών ροών.

<sup>113</sup> Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://euretirio.com/kathari-parousa-axia-kpa-npv/>. (Προσπελάστηκε 12/11/2022).

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ 5%,v	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
2023	171,588.07 €	0.952	163,351.84 €
2024	180,633.41 €	0.907	163,834.51 €
2025	197,807.18 €	0.864	170,905.41 €
2026	215,660.87 €	0.823	177,488.90 €
2027	231,354.37 €	0.784	181,381.82 €
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ</b>			<b>856,962.47 €</b>

Πίνακας 67: Καθαρή Παρούσα Αξία

Η ΚΠΑ ισούται με:

ΚΠΑ=Συνολικά παρούσα αξία – Κόστος επένδυσης = 856.962,47 € -830.184,88 € = 26.777,59 € > 0 και άρα η επένδυση κρίνεται συμφέρουσα.

### Εσωτερικός βαθμός απόδοσης (IRR)

Ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι ένας δείκτης ο οποίος μετρά την απόδοση μιας μακροχρόνιας επένδυσης, εξισώνοντας την παρούσα αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών πλέον της τελικής αγοραίας αξίας, με την τρέχουσα αγοραία αξία της επένδυσης. Με άλλα λόγια, ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι το προεξοφλητικό επιτόκιο το οποίο μηδενίζει την καθαρή παρούσα αξία του προγράμματος. Εάν ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι μεγαλύτερος ή ίσος με την απαιτούμενη απόδοση, τότε η επένδυση γίνεται αποδεκτή. Στον πίνακα 68 γίνεται υπολογισμός της παρούσας αξίας των καθαρών ταμειακών ροών με το κόστος κεφαλαίου (5%), καθώς και με δύο άλλα επιτόκια, ένα μικρότερο και ένα μεγαλύτερο από το κόστος κεφαλαίου.

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ (5%,v)	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ	ΣΠΑ(4%,v)	ΠΑ 4%	ΣΠΑ(6%,v)	ΠΑ 6%
2023	171,588.07 €	0.952	163,351.84 €	0.962	165,067.72 €	0.935	160,434.84 €
2024	180,633.41 €	0.907	163,834.51 €	0.925	167,085.91 €	0.873	157,692.97 €
2025	197,807.18 €	0.864	170,905.41 €	0.889	175,850.59 €	0.816	161,410.66 €
2026	215,660.87 €	0.823	177,488.90 €	0.855	184,390.05 €	0.763	164,549.24 €
2027	231,354.37 €	0.784	181,381.82 €	0.822	190,173.29 €	0.713	164,955.66 €
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ</b>			<b>856,962.47 €</b>		<b>882,567.55 €</b>		<b>809,043.38 €</b>
<b>ΚΠΑ</b>			26,777.59 €		52,382.66 €		-21,141.50 €
<b>IRR</b>							5.42%

Πίνακας 68: Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης

Αντίστοιχα, υπολογίζονται οι καθαρές παρούσες αξίες για τα τρία επιτόκια.. Οι υπολογισμοί με χρήση των διάφορων επιτοκίων αποκαλύπτουν αρνητική και θετική ΚΠΑ, οπότε ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης κυμαίνεται μεταξύ του 4% και 6%. Με μεγαλύτερη ακρίβεια ο IRR υπολογίζεται σε 5,42%  $(=(4+(52.382,66*(6-4))/(52.382,66+21.141,50))/100)$  και υπερβαίνει το κόστος κεφαλαίου (5%), άρα η επένδυση ερμηνεύεται ως συμφέρουσα.

## 10.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έπειτα από ενδελεχή έρευνα της ξενοδοχειακής αγοράς της Πάτμου, των Δωδεκανήσων και της Ελλάδας και καταγραφή των κυριότερων σημείων ενδιαφέροντος, τα συμπεράσματα για την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου είναι αισιόδοξα. Η αξιολόγηση με όλους τις χρηματοοικονομικές μεθόδους καταλήγει σε θετικά αποτελέσματα. Το επενδυτικό σχέδιο, εκτός από τα κέρδη που θα αποφέρει στον επενδυτή, θα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού και ιδιαίτερα του χωριού όπου θα χτιστεί, θα παρέχει εργασία σε ντόπιους εργαζόμενους αλλά και έμμεση συνεργασία με τοπικούς παραγωγούς και εμπόρους, θα αναδείξει τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες που προσφέρει το νησί της Πάτμου και θα μεταδώσει το πνεύμα της φιλοξενίας και της τοπικής κουλτούρας.

Η δραστηριότητα της επιχείρησης θα είναι σύμφωνη με τις οικολογικές πολιτικές και θα προάγει τις πρακτικές του ενσυνείδητου (mindful) τουρισμού, μιας τάσης που αναδύεται τα τελευταία χρόνια και παρουσιάζει ευκαιρίες που ωφελούν τόσο τις επιχειρήσεις και τους επισκέπτες όσο και τις τοπικές κοινωνίες. Ο συνδυασμός δε των επιχειρήσεων εστίασης και ψυχαγωγίας που βρίσκονται κάτω από την ομπρέλα του ίδιου επενδυτή θα χαρίσουν μία ολοκληρωμένη εμπειρία για τον επισκέπτη στο νησί της Πάτμου.

## **Βιβλιογραφικές Αναφορές**

### **Ελληνική βιβλιογραφία**

2022: *Οι 7 αλλαγές στους φόρους – Ποιοι κερδίζουν από τις φοροελαφρύνσεις* (2022, 1 Ιανουαρίου), Έθνος. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ethnos.gr/Economy/article/189484/2022oi7allagesstoysforoyspoioikerdizoynapotisforoelafrynseis>, (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

Αλεξοπούλου Ρ. (2022). *ΑΕΠ: Με ρυθμό 7% «έτρεξε» η ελληνική οικονομία το α' τρίμηνο 2022*, Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1870499/aep-me-ruthmo-7-etrekse-i-elliniki-oikonomia-to-a-trimino-2022>, (Προσπελάστηκε 25/6/2022).

Αλεξοπούλου Ρ. (2022). *Κομισιόν: Ανάπτυξη 4% και πληθωρισμός 8,9% στην Ελλάδα το 2022*, Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1882417/komision-anaptuksi-4-kai-plithorismos89-stin-ellada-to2022>, (Προσπελάστηκε 25/8/2022).

Αλλαγές και στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου: τι ενδιαφέρει την Άνδρο (2017). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [Αλλαγές και στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου: τι ενδιαφέρει την Άνδρο](https://www.enandro.gr). (enandro.gr) (Προσπελάστηκε 7/10/2022).

Αποστολόπουλος Γ. (2022). *Τεχνολογικές τάσεις που κερδίζουν έδαφος στα ξενοδοχεία*, ITNnews.gr. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://itnnews.gr/2022/03/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Βαβουλιώτης Δ. (2018). *Τουριστικό Μάρκετινγκ - Τμηματοποίηση Τουριστικής Αγοράς. Μελέτη περίπτωσης: Αθήνα. Παρούσα κατάσταση-Προοπτικές* (Διπλωματική εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.

Γαβριήλ Δήμητρα (2019). *Εμπειρική διερεύνηση της σχέσης εξάρτησης μεταξύ τουρισμού και ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος σε επιλεγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, 16-22.

Γεωγραφικά στοιχεία. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.patmos.gr/perigrafia-dimoy/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

ΕΕΑ.gr (2022). *Ο οίκος Moody's για οικονομία και πολιτικό περιβάλλον*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.eea.gr/arthra-eea/o-oikos-moodys-gia-oikonomia-kai-politiko-perivallon/>, (Προσπελάστηκε 30/9/2022).

ΕΛΣΤΑΤ: *Το 28,3% του πληθυσμού της Ελλάδας σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικού αποκλεισμού* (2022, 27 Ιουλίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021-gr\\_62e14996e4b06e213fc62448](https://www.huffingtonpost.gr/entry/elstat-to-28-3-toe-plethesmoe-tes-elladas-se-kindeno-ftocheias-e-koinoniko-apokleismo-to-2021-gr_62e14996e4b06e213fc62448), (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

ΕΛΣΤΑΤ (2022). *Αποτελέσματα Απογραφής Πληθυσμού Κατοίκων ΕΛΣΤΑΤ 2021*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.statistics.gr/2021-census-pop-housresults>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

*Έναρξη της νέας προγραμματικής περιόδου 2021-2027 για το Ν. Αιγαίο* (2022, 21 Οκτωβρίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://atlantea.news/enarxi-tis-neas-programmatikis-periodou-gia-to-notio-aigaiο-me-ayximenous-europaikous-porous/>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (2021), Νόμος 4875/2021, Αρ. Φύλλου 250. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.taxheaven.gr/law/4875/2021> , (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

*Θρησκευτικός τουρισμός: Ανθεκτικός στον κορωνοϊό – Προτάσεις για την επόμενη ημέρα στην Ελλάδα* (2022, 6 Δεκεμβρίου), Ναυτεμπορική. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://m.naftemporiki.gr/story/1666749>, (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

Τκκος Α. (2021). *Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού* [online]. Η Καθημερινή. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kathimerini.gr/economy/561438124/i-antagonistikotita-toy-ellinikoy-toyris moy/>, (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

Τκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). *Η απασχόληση στα Καταλύματα και την Εστίαση και τους Λοιπούς Κλάδους της ελληνικής οικονομίας, 2012-2021*, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 5-23.

Τκκος Α., Κουτσός Σ. (2021). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21\\_11\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2019-2020.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Τκκος Α., Κουτσός Σ. (2022). *Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2021*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22\\_06\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2020-2021.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/06/22_06_Tourism_and_Greek_Economy_2020-2021.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Τκκος Α., Λάμπρου Ε., (2022). *Ποιος πάει πού; Πόσο μένει; Πόσα ξοδεύει; Α' μέρος: Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά Περιφέρεια 2021*, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 1-36.

Τκκος Α., Λάμπρου Ε. (2021). *Τάσεις και προτιμήσεις για διεθνή ταξίδια στις αγορές της Ελλάδας σε Ευρώπη και ΗΠΑ (με έμφαση σε ταξίδια Sun & Beach και City Break)*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 1-36.

Τκκος Α., Ρασούλη Γ. (2021). *Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας - Οι προτιμήσεις των τουριστών. Συμπεράσματα της μελέτης Estudio de posicionamiento de España como destino turístico – Informe general de resultados, Real Instituto Elcano & Turespaña, Madrid, Diciembre de 2020*. ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 13-16.

Τκκος Α., Ρασούλη Γ. (2022). *Απασχόληση και ελλείψεις εργατικού δυναμικού στα ελληνικά ξενοδοχεία στην αιχμή της θερινής σεζόν 2021*, ΙΝΣΕΤΕ Intelligence, 7-21.

ΙΝΣΕΤΕ (2019). *Αξιολόγηση του brand “Ελλάδα” και σύγκριση με τον ανταγωνισμό στη Ν. Ευρώπη βάσει της εμπειρίας των τουριστών*, 1-27. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019\\_TRAVELSAT\\_Greece\\_2018.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019_TRAVELSAT_Greece_2018.pdf) , (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

ΙΝΣΕΤΕ (2020). *Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου Οδικός Χάρτης 2015-2020*, 1-48. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK MRKTNG-PLAN-NOTIOY-AIGAIΟΥ\\_compressed.pdf](https://www.insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/2020_MRKTNG_PLAN_NOTIOY-AIGAIΟΥ_compressed.pdf), (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

ΙΝΣΕΤΕ (2022). *Βασικά τουριστικά μεγέθη της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://insete.gr/periferieies/> , (Προσπελάστηκε 5/6/2022).

ΙΝΣΕΤΕ (2021). *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020*. Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, 73-80. Διαθέσιμο



διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12\\_South\\_Aegean-3.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_South_Aegean-3.pdf) , (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

ΙΤΕΠ (2022). *Η σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον ξενοδοχειακό κλάδο*, 1-19. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [ΟΚ Σημασια περιβαλλοντικης βιωσιμοτητας στα ξενοδοχεια 2021 ΙΤΕΠ.pdf](#) , (Προσπελάστηκε 4/10/2022).

ΙΤΕΠ (2021). *Οι επιδόσεις των ελληνικών ξενοδοχείων το 2021*, 3-9. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [ΟΚ Επιδοσεις ελληνικων ξενοδοχειων 2021 ΙΤΕΠ.pdf](#) , (Προσπελάστηκε 4/10/2022).

ΙΤΕΠ (2021). *Σχεδιάζοντας ένα Αειφόρο, “Πράσινο” Ξενοδοχείο*, 5-21. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2021/07/ITEP\\_Environment\\_new\\_public.pdf](https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2021/07/ITEP_Environment_new_public.pdf), (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Καλαντζή Γ. (2019). *Πάτμος: Οι 16 top παραλίες στο νησί της Αποκάλυψης*, Travelstyle. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelstyle.gr/patmos-oi-top-16-paralies-sto-nisi-tis-apokalipsis/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Κατσαγάνης Δ. (2022). *Τι θα φέρει η νέα αύξηση του κατώτατου μισθού*, Capital.gr. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.capital.gr/oikonomia/3654351/ti-tha-ferai-i-nea-auxisi-tou-katostatou-misthou> , (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

Μακραδήμα Φ. (2022). *Χαμηλότοκα δάνεια μέσω ΤΑΑ και επιδοτήσεις έως 70% για ανάπτυξη επενδύσεων στον ξενοδοχειακό κλάδο*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/chamilotoka-dania-meso-taa-ke-epidotisis-eos-70-gia-anaptixi-ependiseon-ston-xenodochiako-klado/>, (Προσπελάστηκε 15/10/2022).

Ν. 4276/2014 παρ.2, Άρθρο 1. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kodiko.gr/nomothesia/diataksi/82372> , (Προσπελάστηκε 4/10/2022).

Ν. 4582/2018 - ΦΕΚ 208/Α/11-12-2018 (2018). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/nomos-4582-2018-phek-208a-11-12-2018.html>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Ν. 4964/2022 με διατάξεις για το περιβάλλον. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.odigostoupoliti.eu/nomos-4964-2022-me-diatakseis-gia-to-perivallon002F>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Νικητιάδης Γ. (2022). *Τουρισμός: Δομικό πρόβλημα η έλλειψη προσωπικού*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/05/30/apopseis/experts/domiko-provlima-i-elleipsi-prosorikou-ston-tourismo/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Ντελέζος Κ. (2022). *Επενδύσεις 5 αστέρων στην Αττική από αλυσίδες τουρισμού*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/02/05/tourismos/ependyseis-5-asteron-stin-attiki-aro-alyssides-tourismou/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (2019), Ομοσπονδία τουριστικών καταλυμάτων Δωδεκανήσου (2019).

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2021). Διαθέσιμο διαδικτυακά στις διευθύνσεις [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2020.pdf](#) , [ΟΚ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑ 2020.pdf](#) (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

ΟΟΣΑ (2021). *Αξιολογήσεις Περιβαλλοντικών Επιδόσεων, Ελλάδα 2020, Highlights*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://ypen.gov.gr/wp->

<content/uploads/2020/11/OECD-EPR-Greece-2020-Highlights-Greek.pdf>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

Πάτμος, το νησί της Αποκάλυψης. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <http://patmosislandinfo.gr/apocalypse/> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Παττάς Σ. (2009). *Τουρισμός (Γενικά Χαρακτηριστικά και Διαστάσεις) [online]*. Πανεπιστήμιο Πειραιά. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf?sequence>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Πουρνάρα Μ. (2014), *Charles Pictet: Ο τουρισμός μπορεί να σας βγάλει από την κρίση, Η Καθημερινή*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.kathimerini.gr/life/people/780913/charles-pictet-o-toyrismos-mporei-na-sas-vgalei-apo-tin-krisi/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

ΣΕΤΕ (2010). *Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών, Χίος.

Τράπεζα της Ελλάδος (2022). *Νομισματική Πολιτική 2021-2022*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.bankofgreece.gr/Publications/NomPol20212022.pdf>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Τράπεζα της Ελλάδος (2022). Ταξιδιωτικές υπηρεσίες, Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.bankofgreece.gr/statistika/ekswterikos-tomeas/isozygioplhrgwmwn/taksidiwtikes-yphresies> , (Προσπελάστηκε 10/7/2022).

Τράτσα Μ. (2022). *Επενδύσεις περιβαλλοντικής προστασίας: 9 στις 10 προέρχονται από την κυβέρνηση*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.ot.gr/2022/09/24/green/ependyseis-perivallontikis-prostasias-ennea-stis-deka-proerxontai-apo-tin-kyvernisi/>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

ΥΠΑΙ, Πάτμος. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <http://www.ypai.gr/site/home/Basic+Menu/The+islands+of+Aegean/Southern+Aegean/NOMOS+DODEKANISOY/PATMOS.csp>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

*Υπογεννητικότητα – Παράγοντες που επηρεάζουν, τι δείχνουν οι έρευνες και οι δείκτες στην Ελλάδα* (2022, 14 Ιουλίου). Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.skai.gr/yvogennitikotita-paragontes-pou-epireazoun-ti-deixnoun-oi-ereynes-kai-oi-deiktes-stin-ella>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων (2022). *Τουριστικά – Επισιτιστικά καταστήματα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://ypergasias.gov.gr/touristika-episitistika-katasthmata/>, (Προσπελάστηκε 21/10/2022).

Χάρτης Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [http://users.sch.gr/ntinos\\_psilop/index.php?option=com\\_content&view=article&id=370:xartes-notiou-aigaiou-perifereias&catid=132:xartes-notiou-aigaiou&Itemid=382](http://users.sch.gr/ntinos_psilop/index.php?option=com_content&view=article&id=370:xartes-notiou-aigaiou-perifereias&catid=132:xartes-notiou-aigaiou&Itemid=382) (Προσπελάστηκε 7/10/2022).

Χλέτσος Μιχάλης και άλλοι (2004). *Τεχνολογική προοπτική διερεύνηση στην Ελλάδα*. Έκθεση Ομάδας εργασίας «Τουρισμός», 22-24.

Booking.gr

Business Daily (2022). *Ta megatrends που αλλάζουν τον τουρισμό και η πρόκληση για την Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.businessdaily.gr/oikonomia/63400-ta-megatrends-poy-allazoyn-ton-toyrismo-kai-i-proklisi-gia-tin-ellada> (Προσπελάστηκε 9/10/2022).

Deloitte, Remaco (2021). *Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα*. Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030. INSETE Intelligence.

Discover Greece, *Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.discovergreece.com/el/travel-ideas/cover-story/most-important-religious-sites-greece>, (Προσπελάστηκε 12/10/2022).

Euretirio.com

Eurostat: *Ta ποσοστά ανεργίας στην Ευρώπη - Πού βρίσκεται η Ελλάδα (2022, 31 Μαρτίου)*, CNN. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.cnn.gr/oikonomia/story/306993/eurostat-ta-pososta-anagerias-stin-eyropi-poy-vrisketai-i-ellad>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Google.gr

Greek Gastronomy Guide, *Παραδοσιακή κουζίνα Πάτμου*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.greekgastronomyguide.gr/patmos/paradosiaki-kouzina/>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Macefield S. (2022). *The 20 best cruises to book in 2022*, The Telegraph. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.telegraph.co.uk/travel/cruises/articles/best-cruises-book-uk-coast-mediterranean-city-river-2022/>, (Προσπελάστηκε 14/10/2022).

SAS: *Τεχνητή νοημοσύνη, analytics και UX στα hot trends της φετινής χρονιάς (2022, 17 Ιανουαρίου)*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://startupper.gr/news/81376/sas-techniti-noimosyni-analytics-kai-ux-sta-hot-trends-tis-fetinis-chronias/>, (Προσπελάστηκε 23/10/2022).

The Ellinikon. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://theellinikon.com.gr/en/homepage/>, (Προσπελάστηκε 22/10/2022).

Tornos news (2021). *WTTC | Έρευνα: Αργή η ανάκαμψη του παγκόσμιου τουρισμού το 2021 και ίσως και το 2022 - πώς θα έλθει η απογείωση*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.tornosnews.gr/permalink/53206.html>, (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

## Ξένη βιβλιογραφία

Accor (2022). *The Return of Travel*, 1-5. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK Accor Έρευνα τάσεις 2022.pdf](#), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

Adamopoulou E., Karopoulos P., Marinopoulou E. (2022). *Greek Tourism Industry Reloaded: Post-pandemic Rebound and Travel Megatrends*. Alpha Bank Economic Research.

Adelphi, OEB, INSETE (2020). *Opportunities for a green restart of the hotel industry arising from the COVID-19 pandemic, Experiences from Cyprus, Germany, Greece and the European Union*. Hotels4Climate.

Buckley J. (2021). *10 Secret Beaches in Europe to Add to Your Bucket List*, *Travel + Leisure*, Travel and Leisure. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/beach-vacations/most-secluded-beaches-europe> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Buhalis D. (2001). *Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges*, Vol. 4, No.5. School of Management Studies for the Service Sector, University of Surrey, Guildford.

Dipasquale L., Montoni L., Manzi A., Mecca S. (2020). *The Chore of Patmos (Greece): Analysis of architectural heritage, identification of risks and assessment of impacts*. The International Archives of the Photogrammetry, Volume XLIV-M-1-2020, HERITAGE2020 International Conference, 1-2.

Grant Thornton (2021). *The strategic importance of Hospitality for Greece*, 1-23. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK Strategic importance of hospitality for greece March 2021 Grant thorton.pdf](https://www.grantthornton.com/OK-Strategic-importance-of-hospitality-for-greece-March-2021-Grant-thornton.pdf), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Nyoman Indah K.D. et al (2019). *Tourism Supply Chain Framework: A Case on Tourism Village*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 383, p.2.

Olson P. (2009). *Europe's Most Idyllic Places To Live*, *Forbes*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.forbes.com/2009/09/03/europe-most-idyllic-places-lifestyle-real-estate.html?sh=29e684ba53f0>, (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

Reali C.. *What are the main types of Tourism Distribution Channels*. *Hotelmize*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.hotelmize.com/blog/what-are-the-main-types-of-tourism-distribution-channels/>, (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

Stankov U., Filimonau V. & Miroslav D. Vujčić (2020). *A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world*, *Tourism Geographies*, 22:3, 703-712.

Statista (2022). *Total contribution of travel and tourism to GDP in Greece 2019-2021 (in billion euros)*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.statista.com/statistics/644573/travel-tourism-total-gdp-contribution-greece/>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

Tapper R., Font X. (2004). *Tourism Supply Chains Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation FINAL REPORT*. Leeds Metropolitan University, p.6.

Travel + Leisure (2013). *Best Seafood Restaurants Around the World*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.travelandleisure.com/food-drink/restaurants/best-seafood-restaurants-around-the-world> (Προσπελάστηκε 11/10/2022).

UNWTO (2008). *Glossary of Tourism Terms*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

UNWTO (2022). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>, (Προσπελάστηκε 14/10/2022).

UNWTO (2019). *International tourist arrivals reach 1.4 billion two years ahead of forecasts* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/global/>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

UNWTO (2022). *Tourism Dashboard 2022*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>, (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

UNWTO (2022). *UNWTO World Tourism Barometer* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer-data> , (Προσπελάστηκε 14/5/2022).

Varvaressos S., Soteriades M. (2002). *Tourist Consumption Behaviour: The appropriate analysis requires a comprehensive approach*. Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, Τεύχος 108-109, 347-390.

Ward M. (2020). *What is Mindful Travel? 10 Travel bloggers share*. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://breathedreamgo.com/what-is-mindful-travel-10-travel-bloggers-share/>, (Προσπελάστηκε 15/10/2022).

Westcott M. and Anderson W., Eds (2020). *Introduction to Tourism and Hospitality in BC – 2nd Edition* [online]. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση <https://opentextbc.ca/introtourism2e/chapter/what-is-tourism/> , (Προσπελάστηκε 25/9/2022).

World Economic Forum (2022). *Travel & Tourism Development Index 2021, Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future , Insight report* [online], p.13. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf), (Προσπελάστηκε 27/9/2022).

WTTC (2022). *Travel & Tourism Economic Impact 2022*. Global Trends, 27. Διαθέσιμο διαδικτυακά στη διεύθυνση [OK EIR2022-Global Trends WTTC.pdf](#), (Προσπελάστηκε 25/9/2022).