



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ) – MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

**ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΠΟΛΥΔΥΝΑΜΟΥ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑΤΟΣ ΠΟΛΥΤΕΛΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ**

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΓΕΩΡΓΑΚΕΛΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:

ΕΡΜΙΝΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΛΟΥΜΠΑ - ΛΑΠΑΡΔΑ

Πειραιάς, Μάρτιος 2024



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:
...Οικονομολογική...Αναλυση...και...αξιολογηση...
...ποδοδιαγράμμιση...συμμετοχικότητας...ποδοδιαγράμμιση...τουριστικών...
...καταστάσεων...
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.....

Όνοματεπώνυμο...Ερμείνα Κοίμνα-Καλαφιά

Ημερομηνία...1-1-24

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

*Αφιερωμένο σε όλους τους υπέροχους ανθρώπους
που μου στάθηκαν σε αυτό το ταξίδι.*

ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΠΟΛΥΔΥΝΑΜΟΥ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑΤΟΣ ΠΟΛΥΤΕΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

ΕΡΜΙΝΑ ΛΟΥΜΠΑ ΛΑΠΑΡΔΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μελέτη σκοπιμότητας επιδιώκει να αντιμετωπίσει ένα επιχειρηματικό ζήτημα μέσω της ανάλυσης λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με όλες τις πτυχές μιας επιχείρησης, από τον τομέα δραστηριοποίησής της μέχρι τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας της. Για τον εξής λόγο κρίνεται ως ένα κατάλληλο εργαλείο για να εξεταστεί η εφικτότητα μιας νέας επένδυσης. Η παρούσα μελέτη εστιάζει στη δημιουργία μιας νέας υπερπολυτελούς ξενοδοχειακής μονάδας 5 αστέρων με την ονομασία *Ether Immersion Resort* στην Πύλο Μεσσηνίας. Συνολικά, η ανάλυση υποδεικνύει ότι η προτεινόμενη επένδυση είναι εφικτή και βιώσιμη.

Λέξεις – Κλειδιά: Μελέτη Σκοπιμότητας, Ξενοδοχείο 5*, Πύλος

ABSTRACT

A feasibility study seeks to address a business issue by analysing detailed information on all aspects of a business, from its sector of activity to its organisational structure and operation. It is therefore an efficient way to examine the feasibility of a new project. This study focuses on the creation of a new 5-star luxury hotel complex called *Ether Immersion Resort*, located in Pylos, Messinia. All in all, the analysis conducted indicates that the proposed investment is indeed feasible and viable.

Keywords: Feasibility Study, 5* Hotel, Pylos

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ιδιαίτερες ευχαριστίες πρέπει να αποδοθούν στον καθηγητή κ. Δημήτρη Γεωργακέλλο, για την ανεκτίμητη και εν ευθέτω χρόνω βοήθεια που μου παρείχε κατά την δημιουργία της παρούσας εργασίας, καθώς και σε κάθε έναν από τους καθηγητές και συμφοιτητές μου, για την πολύτιμη συνεισφορά τους στην όμορφη αυτή εκπαιδευτική διαδρομή. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου για την αμέριστη στήριξη τους σε καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου αλλά κυρίως όταν την είχα ανάγκη το μέγιστο.

Πίνακας περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	1
1.1. Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος.....	1
1.2. Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ	1
1.3. Πρώτες Ύλεις και Άλλα Εφόδια	2
1.4. Μηχανολογικά και Τεχνολογία.....	2
1.5. Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα	2
1.6. Ανθρώπινοι Πόροι.....	2
1.7. Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης και Περιβάλλον.....	3
1.8. Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου.....	3
1.9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	5
2.1. Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου	5
2.2. Υποστηρικτές Σχεδίου & Ιδρυτές.....	5
2.3. Ιστορικό Επενδυτικού Σχεδίου	6
2.4. Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	8
3.1. Ανάλυση και Γενικά Χαρακτηριστικά του Τουριστικού Κλάδου	8
3.1.1. Η Παγκόσμια Βιομηχανία Τουρισμού.....	8
3.1.2. Ανάλυση Τάσεων Παγκόσμιας Τουριστικής Αγοράς	9
3.1.3. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	14
3.1.4. Βασικοί Δείκτες και Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού και Διαχρονική Εξέλιξη αυτών	16
3.1.5. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Ελλάδα	20
3.1.6. Κύριες Αγορές & Τουριστικά Προϊόντα Ελλάδας	24
3.1.7. Αγορά Τουρισμού Πολυτελείας στον Κόσμο και την Ελλάδα.....	28
3.1.8. Η πανδημία Covid-19 και ο Ελληνικός Τουρισμός.....	34
3.1.9. Προβλέψεις Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα	35
3.1.10. Ανάλυση PEST.....	36
3.2. Ανάλυση Εγχώριας Αγοράς	39
3.2.1. Περιφέρεια Πελοποννήσου	40
3.2.2. Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Περιφέρεια Πελοποννήσου	43
3.2.3. Κύριες Αγορές & Τουριστικά Προϊόντα Περιφέρειας Πελοποννήσου	52

3.2.4. Περιφερειακή Ενότητα Μεσσηνίας & Δήμος Πύλου - Νέστορος.....	58
3.3. Ανάλυση Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος.....	64
3.3.1. Porter Analysis.....	64
3.3.2. Ανάλυση SWOT.....	71
3.4. Στρατηγική & Μάρκετινγκ.....	73
3.4.1. Διαμόρφωση Στρατηγικής.....	74
3.4.2. Τμηματοποίηση, Στόχευση και Τοποθέτηση : Διαδικασία STP.....	77
3.4.3. Μίγμα Μάρκετινγκ.....	79
3.5. Προσδιορισμός Εσόδων & Πληρότητας.....	83
3.6. Έξοδα Μάρκετινγκ.....	92
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	99
4.1 Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλών και Εφοδίων.....	99
4.2. Υπολογισμός Κόστους Πρώτων Υλών και Εφοδίων.....	100
4.3. Επιλογή Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων.....	100
4.4. Μάρκετινγκ Προμηθειών.....	101
4.5. Πρόγραμμα Προμηθειών.....	103
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	106
5.1. Δυναμικότητα Μονάδας.....	106
5.2. Σχεδιασμός Λειτουργικής Διάταξης.....	106
5.3. Τεχνολογικός Εξοπλισμός.....	111
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	116
6.1. Οργάνωση Μονάδας.....	116
6.2. Υπηρεσίες Εξωτερικών Συνεργατών.....	118
6.3. Υπολογισμός Γενικών Εξόδων.....	118
6.4. Υπολογισμός Λειτουργικών Εξόδων.....	120
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	125
7.1. Καθορισμός Αναγκών Ανθρώπινου Δυναμικού.....	125
7.2. Βασικές Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων.....	128
7.3. Μισθολογικό Κόστος.....	129
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	132
8.1. Εκτίμηση Αναγκών σε Χώρους.....	132
8.2. Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας & Χώρου.....	133
8.3. Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις.....	135
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	138
9.1. Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου.....	138
9.2. Ομάδα Προγραμματισμού Εκτέλεσης Έργου.....	138

9.3. Στάδια Εκτέλεσης του Έργου & Χρονοδιάγραμμα Εργασιών.....	139
9.4. Εκτίμηση του Κόστους Εκτέλεσης	144
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	145
10.1. Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Επένδυσης	145
10.1.1. Πάγιο Ενεργητικό.....	145
10.1.2. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	146
10.1.3. Συνολικό Κόστος Επένδυσης	152
10.2. Χρηματοδότηση Επενδυτικού Σχεδίου	153
10.3. Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων.....	155
10.3.1. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης.....	155
10.3.2. Κατάσταση Ταμειακών Ροών	157
10.3.3. Ισολογισμός.....	157
10.3.4. Αριθμοδείκτες	158
10.4.2. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας & Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης....	162
10.4.3. Μέθοδος Ανάλυσης Νεκρού Σημείου	164
10.4.4. Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου	165
10.5. Συνολική Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση	166

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 1: Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών	7
Πίνακας 2: Πολλαπλασιαστής Τουρισμού	16
Πίνακας 3: Αφίξεις και Έσοδα Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε €)	18
Πίνακας 4: Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε εκ. €)	18
Πίνακας 5: Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022	19
Πίνακας 6: Τουρισμός και Απασχόληση, 2016-2022	20
Πίνακας 7: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2022	23
Πίνακας 8: Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις ανά Χώρα Προέλευσης, 2022 (σε χιλ.)	24
Πίνακας 9: Οι 10 Κυριότερες Χώρες Προέλευσης Βάσει της Μέσης Διάρκειας Παραμονής ανά Ταξίδι Μη Κατοίκων στην Ελλάδα, 2022.....	25
Πίνακας 10: Προβλέψεις Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα, 2019-2030	35
Πίνακας 11: Συμβολή του Τουρισμού ανά Περιφέρεια, 2022	41
Πίνακας 12: ΑΕΠ Περιφερειών της Ελλάδας, 2015-2020 (σε εκατ. €)	42
Πίνακας 13: ΑΕΠ της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2015-2020 (σε εκατ. €)	42
Πίνακας 14: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2022	44

Πίνακας 15: Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2022.....	45
Πίνακας 16: Περιφέρεια Πελοποννήσου: Στοιχεία Αφίξεων, Διανυκτερεύσεων και Πληρότητας σε Ξενοδοχειακά Καταλύματα, 2010-2020	48
Πίνακας 17: Πληρότητα Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου συγκριτικά με το σύνολο της Ελλάδας, 2016-2022	49
Πίνακας 18: Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022.....	51
Πίνακας 19: Τουρισμός και Απασχόληση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022	52
Πίνακας 20: Κατανομή Επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2022.....	53
Πίνακας 21: Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά, 2016-2022.....	54
Πίνακας 22: Αξιοθέατα Δήμου Πύλου-Νέστορος.....	60
Πίνακας 23: Δραστηριότητες Δήμου Πύλου-Νέστορος	61
Πίνακας 24: Άμεσοι Ανταγωνιστές	62
Πίνακας 25: Άμεσοι Ανταγωνιστές - Λοιπά Χαρακτηριστικά	62
Πίνακας 26: Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας Ανώνυμη Εταιρεία, 2022	63
Πίνακας 27: Τιμές Ανταγωνιστών σε ετήσια βάση	83
Πίνακας 28: Προσδιορισμός Πληρότητας Καταλύματος	84
Πίνακας 29: Τιμή ανά Τύπο Δωματίου.....	85
Πίνακας 30: Έσοδα Δωματίων - 1ο Έτος Λειτουργίας.....	85
Πίνακας 31: Έσοδα Δωματίων - 2ο Έτος Λειτουργίας.....	86
Πίνακας 32: Έσοδα Δωματίων - 3ο Έτος Λειτουργίας.....	86
Πίνακας 33: Έσοδα Δωματίων - 4ο Έτος Λειτουργίας.....	87
Πίνακας 34: Έσοδα Δωματίων - 5ο Έτος Λειτουργίας.....	87
Πίνακας 35: Λοιπά Έσοδα - 1ο Έτος Λειτουργίας.....	90
Πίνακας 36: Λοιπά Έσοδα - 2ο Έτος Λειτουργίας.....	90
Πίνακας 37: Λοιπά Έσοδα - 3ο Έτος Λειτουργίας.....	90
Πίνακας 38: Λοιπά Έσοδα - 4ο Έτος Λειτουργίας.....	90
Πίνακας 39: Λοιπά Έσοδα - 5ο Έτος Λειτουργίας.....	91
Πίνακας 40: Συνολικά Έσοδα - 1ο Έτος Λειτουργίας.....	91
Πίνακας 41: Συνολικά Έσοδα - 2ο Έτος Λειτουργίας.....	91
Πίνακας 42: Συνολικά Έσοδα - 3ο Έτος Λειτουργίας.....	91

Πίνακας 43: Συνολικά Έσοδα - 4ο Έτος Λειτουργίας	92
Πίνακας 44: Συνολικά Έσοδα - 5ο Έτος Λειτουργίας	92
Πίνακας 45: Έξοδα Μάρκετινγκ	92
Πίνακας 46: Κόστος Πρώτων Υλών και Εφοδίων	100
Πίνακας 47: Κόστος Κατασκευής και Εξοπλισμού	114
Πίνακας 48: Γενικά Έξοδα	120
Πίνακας 49: Ποσοστιαία Κατανομή Λειτουργικών Εξόδων	121
Πίνακας 50: Λειτουργικά Έξοδα	121
Πίνακας 51: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 1ο Έτος Λειτουργίας	122
Πίνακας 52: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 2ο Έτος Λειτουργίας	123
Πίνακας 53: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 3ο Έτος Λειτουργίας	123
Πίνακας 54: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 4ο Έτος Λειτουργίας	124
Πίνακας 55: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 5ο Έτος Λειτουργίας	124
Πίνακας 56: Μισθολογικό Κόστος - 1ο έτος Λειτουργίας	130
Πίνακας 57: Μισθολογικό Κόστος - 2ο έως 5ο έτος λειτουργίας	131
Πίνακας 58: Μέγεθος Επιμέρους Τμημάτων Ξενοδοχειακής Μονάδας (σε τ.μ.)	132
Πίνακας 59 & 5: Χαρακτηριστικά Εναλλακτικών Τοποθεσιών	134
Πίνακας 60: Δραστηριότητες Εκτέλεσης Έργου	142
Πίνακας 61: Κόστος Εκτέλεσης Προγράμματος	144
Πίνακας 62: Πάγιο Ενεργητικό	146
Πίνακας 63: Ελάχιστες Απαιτήσεις Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού	147
Πίνακας 64: Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας	147
Πίνακας 65: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 1 ^{ου} Έτους	148
Πίνακας 66: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 2 ^{ου} Έτους	149
Πίνακας 67: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 3 ^{ου} Έτους	150
Πίνακας 68: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 4 ^{ου} Έτους	151
Πίνακας 69: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 5 ^{ου} Έτους	152
Πίνακας 70: Συνολικό Κόστος Επένδυσης	152
Πίνακας 71: Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης	153
Πίνακας 72: Δάνειο Ανέγερσης και Τοκοχρεολυτικές Υποχρεώσεις	155
Πίνακας 73: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης 1 ^ο έως 5 ^ο Έτος Λειτουργίας	156
Πίνακας 74: Πίνακας Χρηματικών Ροών 1 ^ο έως 5 ^ο Έτος Λειτουργίας	157
Πίνακας 75: Ισολογισμός 1 ^ο έως 5 ^ο Έτος Λειτουργίας	158
Πίνακας 76: Αριθμοδείκτες	159

Πίνακας 77: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών	161
Πίνακας 78: Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών	162
Πίνακας 79: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας	163
Πίνακας 80: Υπολογισμός Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	163
Πίνακας 81: Καταμερισμός Σταθερών και Μεταβλητών Εξόδων 1 ^{ου} Έτους.....	165
Πίνακας 82: Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου	165

Κατάσταση Εικόνων

Εικόνα 1: Τάσεις της Αγοράς Πολυτελών Ταξιδιών ανά περιοχή, 2024-2030	29
Εικόνα 2: Mandarin Oriental, Costa Navarino - Front view (Πηγή: Google Images)	108
Εικόνα 3: Mandarin Oriental, Costa Navarino - Upper view (Πηγή: Google Images).....	108
Εικόνα 4: Οικόπεδο σε Πύλο Μεσσηνίας (διαθέσιμο στο Spitogatos.gr)	133
Εικόνα 5: Οικόπεδο σε Πύλο Μεσσηνίας (διαθέσιμο στο Spitogatos.gr)	134

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά κατηγορία αστεριού στην Ελλάδα, 2000-2019.....	21
Διάγραμμα 2: Εξέλιξη των ξενοδοχειακών Δωματίων στο σύνολο της Ελλάδας, 2010-2022	22
Διάγραμμα 3: Εξέλιξη του ΑΕΠ της Ελλάδας και της Περιφέρειας Πελοποννήσου 2015-2020 (σε εκατ.€)	43
Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία Κατανομή του Ξενοδοχειακού Δυναμικού σε δωμάτια της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2022	46
Διάγραμμα 5: Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά κατηγορία αστεριού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2010-2022	47
Διάγραμμα 6: Διεθνείς & Εσωτερικές Αεροπορικές Αφίξεις Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2016-2022.....	50
Διάγραμμα 7: Μεταβολή Απόλυτου Αριθμού Επισκέψεων, 2016-2019	53
Διάγραμμα 8: Κατανομή Επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2022.....	54
Διάγραμμα 9: Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά, 2016-2022.....	55
Διάγραμμα 10: Οργανόγραμμα.....	117
Διάγραμμα 11: Χρονοδιάγραμμα GANTT	143

Κατάσταση Ακρωνυμίων

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

ΔΕΥΑΠΝ: Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Πύλου-Νέστορος

ΕΛΣΤΑΤ: Ελληνική Στατιστική Αρχή

ΕΣΠΑ: Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης

ΙΝΣΕΤΕ: Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΙΟΒΕ: Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών

ΚΕΠΕ: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών

ΚΠΑ: Καθαρή Παρούσα Αξία

Μ.Ο.: Μέσος Όρος

ΟΤΕ: Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος

Τ.μ.: Τετραγωνικά Μέτρα

WTTC: World Travel and Tourism Council (Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1. Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας εξετάζει την ανέγερση μιας υπερπολυτελούς ξενοδοχειακής μονάδας στην Πύλο της Μεσσηνίας. Πρόκειται για ένα υπερπολυτελές ξενοδοχείο 5 αστέρων με την επωνυμία *Ether Immersion Resort*, το οποίο θα συνδυάζει την τέχνη, την μόδα και την άριστη εξυπηρέτηση σε ένα μοναδικό καταφύγιο για τους τουρίστες πολυτέλειας, τους καλλιτέχνες και τους ανθρώπους του πνεύματος εν γένει, δημιουργώντας μια ξεχωριστή αίσθηση κοινότητας. Η ιδέα για την παραπάνω ξενοδοχειακή μονάδα προέκυψε από την φιλοδοξία του ενός επενδυτή, ιδιοκτήτη ενός ιδιαίτερα επιτυχημένου boutique ξενοδοχείου 5* στην Μύκονο, να επεκτείνει τις τουριστικές του δραστηριότητες στην Πύλο, και την επιθυμία του δεύτερου επενδυτή, σχεδιαστή μόδας διεθνούς βεληνεκούς αλλά και συλλέκτη τέχνης, να εμπλακεί στον τουριστικό κλάδο εν γένει. Και οι δύο υποστηρικτές της επένδυσης είναι παιδικό φίλοι και έχουν μεγαλώσει στην περιοχή της Πύλου. Το συνολικό κόστος των προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών αναμένεται να ανέλθει στις 188.000€.

1.2. Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ

Ο τουρισμός αποτελεί διαχρονικά έναν βασικό πυλώνα τόσο της παγκόσμιας όσο και της ελληνικής οικονομίας. Ειδικά η ελληνική τουριστική αγορά είναι ιδιαίτερα δημοφιλής ανά τον κόσμο. Αποτελεί βασικό τομέα για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα με την ίδρυση ή τον εκσυγχρονισμό μονάδων 4 και 5 αστέρων και κατ' επέκταση τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας. Παρά τις αισθητές συνέπειες της πανδημίας του COVID-19 η χώρα επανακάμπτει ταχύτατα, το ίδιο και η Περιφέρεια Πελοποννήσου στην οποία αναμένεται να ανοικοδομηθεί η μονάδα. Ο ανταγωνισμός στην Περιφερειακή Ενότητα της Μεσσηνίας είναι σχετικά έντονος αλλά υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης. Στην εν λόγω ενότητα θα χαραχθεί επίσης η γενικότερη στρατηγική και η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί από την επιχείρηση, θα υπολογιστούν τα αναμενόμενα έσοδα αλλά και τα έξοδα Μάρκετινγκ της μονάδας.

1.3. Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθεί το σύνολο των αγαθών που απαιτούνται για την άρτια και απρόσκοπτη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας. Είναι ζωτικής σημασίας να διασφαλιστεί η συνεχής προμήθεια των απαραίτητων αγαθών ώστε να μην υπάρξουν ελλείψεις κατά τη λειτουργία. Οι κατηγορίες των πρώτων υλών περιλαμβάνουν τις πρώτες ύλες των επισιτιστικών τμημάτων, τις υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, τα υλικά συντήρησης και καθαριότητας, τα είδη κηπουρικής, τα έξοδα ένδυσης προσωπικού, τη γραφική ύλη και τα αναλώσιμα. Οι προμηθευτές με τους οποίους θα συνεργαστεί η μονάδα θα είναι από την περιοχή της Μεσσηνίας ή εάν αυτό δεν είναι δυνατό, από την Ελλάδα εν γένει. Το σύνολο του κόστους για τις πρώτες ύλες και τα σχετικά εφόδια εκτιμάται στα 3.806.762€ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας.

1.4. Μηχανολογικά και Τεχνολογία

Σε αυτό το σημείο γίνεται ανάλυση της δυναμικότητας της μονάδας και του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού για την κατασκευή και λειτουργία αυτής. Η επιλογή του εν λόγω εξοπλισμού γίνεται σύμφωνα με τα πρότυπα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού που απαιτούνται για την αξιολόγηση της ως ξενοδοχειακής μονάδας 5 αστέρων. Το κόστος των παραπάνω εγκαταστάσεων ανέρχεται στα 30.203.499 €.

1.5. Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Στο εν λόγω κεφάλαιο αναλύεται η οργανωσιακή δομή της εξεταζόμενης επιχείρησης, η οποία θα συμβάλλει στην εύρυθμη λειτουργία της. Παρατίθενται οι υπηρεσίες εξωτερικών συνεργατών που θα χρειαστεί η μονάδα σε ετήσια βάση και τέλος υπολογίζονται τα γενικά έξοδα, που ανέρχονται στα 1.077.665 €, και τα λειτουργικά έξοδα, που ανέρχονται στα 11.077.428 €.

1.6. Ανθρώπινοι Πόροι

Με βάση τις αυξημένες ανάγκες της μονάδας, το σύνολο των εργαζομένων αναμένεται να φτάσει τα 111 άτομα για το σύνολο των τμημάτων. Η διαλογή του προσωπικού θα γίνεται με

βάση την εμπειρία και τις γνώσεις αλλά κατά κύριο λόγο την προσωπικότητα και την συναισθηματική νοημοσύνη. Η μονάδα στοχεύει στην άριστη εκπαίδευση, την συχνή αξιολόγηση όλων των εργαζομένων αλλά και την χρηματική και ηθική επιβράβευση. Οι κατά πολύ υψηλότερες του μέσου αμοιβές αναμένεται να προσελκύσουν άτομα από την περιοχή αλλά και την Ελλάδα εν γένει. Το συνολικό μισθολογικό κόστος ανέρχεται στα 2.629.348 € για το πρώτο έτος λειτουργίας και προβλέπεται να αυξάνεται κατά 0,5% ετησίως για τα επόμενα πέντε χρόνια.

1.7. Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης και Περιβάλλον

Μετά τον καθορισμό των αναγκών σε χώρους του ξενοδοχειακού συγκροτήματος, οι εναλλακτικές που παρουσιάζονται περιορίζονται σε ένα οικόπεδο στην Πύλο, που επιλέγεται λόγω των απαραίτητων οικοδομήσιμων στρεμμάτων, της ευκολίας πρόσβασης, της απρόσκοπτης θέας και λοιπών κριτηρίων. Η τιμή του οικοπέδου ανέρχεται στα 7.500.000 €. Γίνεται επιπλέον ανάλυση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της ανέγερσης αλλά και της μετέπειτα ύπαρξης της μονάδας και πως αυτές οι συνέπειες θα περιοριστούν ενεργά.

1.8. Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου

Ο προγραμματισμός του χρονικού σταδίου από την στιγμή απόφασης υλοποίησης της επένδυσης έως την έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας αποτελεί κομβικό σημείο του επενδυτικού σχεδίου, εστιάζοντας στις χρηματοοικονομικές επιπτώσεις του προγράμματος και εντοπίζοντας πιθανές καθυστερήσεις και οικονομικά εμπόδια. Η επιτελική μονάδα με επικεφαλής τον Ορφέα Δουκάκη και τον Κώστα Μάνου, σε συνεργασία με την συμβουλευτική ΕΛΛ Α.Ε. θα εξασφαλίσουν την ομαλή και εύρυθμη εκτέλεση του έργου. Το συγκρότημα αναμένεται να ξεκινήσει να κατασκευάζεται τον Ιανουάριο του 2025 και να ολοκληρωθεί τον Μάρτιο του 2026, με την έναρξη λειτουργίας να λαμβάνει χώρα τον Απρίλιο του ίδιου έτους. Το κόστος εκτέλεσης προγράμματος ανέρχεται στα 1.875.187 €.

1.9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Σε αυτό το σημείο έλαβε χώρα η χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου, ώστε να διαπιστωθεί η βιωσιμότητά του. Το συνολικό κόστος της επένδυσης υπολογίζεται

στα 44.019.819 €. Η επένδυση θα χρηματοδοτηθεί μερικώς από ίδια κεφάλαια (42,3%), μερικώς από κρατικές και ευρωπαϊκές επιδοτήσεις (12,3%) και μερικώς από τραπεζικό δανεισμό (45,4%). Χαρακτηριστική είναι η απόδοση της επένδυσης, που προβλέπεται να εισπραχθεί σε 2,18 έτη, η Καθαρή Παρούσα Αξία που ισούται με 24.235.024 €, το Νεκρό Σημείο που εντοπίζεται στους 12.552 επισκέπτες και σε πωλήσεις ίσες με 10.920.597 €. Συνολικά, η επένδυση κρίνεται ως συμφέρουσα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1. Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου

Η ιδέα για την δημιουργία μιας υπερσύγχρονης και υπερπολυτελούς ξενοδοχειακής μονάδας στην Πύλο της Μεσσηνίας γεννήθηκε από την φιλοδοξία του ενός επενδυτή να επεκτείνει τις τουριστικές του δραστηριότητες στην Πύλο, εκμεταλλευόμενος την ολοένα αυξανόμενη τουριστική ροή της περιοχής και από την επιθυμία του δεύτερου επενδυτή να εμπλακεί στον τουριστικό κλάδο, αξιοποιώντας παράλληλα τις γνώσεις του στους τομείς της μόδας και της τέχνης.

Οι επενδυτές οραματίστηκαν την δημιουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας μεσαίου μεγέθους που θα αποτελεί βωμό της μόδας και της τέχνης και θα απευθύνεται σε τουρίστες πολυτελείας, ιδιαίτερα καλλιτέχνες, λάτρεις της τέχνης και της μόδας και ανθρώπους του πνεύματος. Η μονάδα προβλέπεται να είναι σύγχρονη και πλήρως εναρμονισμένη με το φυσικό περιβάλλον της περιοχής εγκατάστασης, και θα εστιάζει στη ποιότητα αντί της ποσότητας σε κάθε χαρακτηριστικό και παρεχόμενη υπηρεσία της.

Το επενδυτικό σχέδιο που επρόκειτο να δημιουργηθεί συνάδει με την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου της Ελλάδας, όπως πρόκειται να αναλυθεί στο Κεφάλαιο 3 της παρούσας μελέτης, και με την τάση των τελευταίων ετών προς τουριστικά καταλύματα που ξεπερνούν τον συνήθη ορισμό της πολυτέλειας.

2.2. Υποστηρικτές Σχεδίου & Ιδρυτές

Οι επενδυτές και ταυτόχρονα ιδρυτές του σχεδίου είναι ο Ορφέας Δουκάκης και ο Κώστας Μάνου. Ο πρώτος είναι γνωστός επιχειρηματίας, ιδιοκτήτης ενός ιδιαίτερα επιτυχημένου boutique ξενοδοχείου 5* στην Μύκονο, με εμπειρία 15 ετών στην πολυτελή παροχή υπηρεσιών, που επιθυμεί να επεκταθεί επιχειρηματικά και στην περιοχή της Πύλου.

Ο δεύτερος είναι διεθνούς βεληνεκούς σχεδιαστής μόδας αλλά και συλλέκτης τέχνης, με 20 χρόνια εμπειρίας στον χώρο της μόδας και μια ανεκτίμητης αξίας συλλογή τέχνης. Έχει έναν ευρύ κύκλο γνωριμιών στην Ελλάδα και το εξωτερικό και είναι στενός φίλος με πολλά δημόσια πρόσωπα.

Οι επενδυτές, πέραν των προαναφερθέντων, έχουν σπουδάσει και ζήσει σε διάφορες χώρες του εξωτερικού, αποκτώντας εμπειρία και ερεθίσματα που έχουν διευρύνει σημαντικά τους ορίζοντές τους. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να αναφερθεί πως, όντας επιτυχημένοι επαγγελματίες στον τομέα τους, έχουν συγκεντρώσει σημαντικά κεφάλαια προς επένδυση.

Οι δύο επενδυτές μεγάλωσαν μαζί στην Πύλο της Μεσσηνίας, μοιραζόμενοι κοινές αντιλήψεις και αξίες, και τρέφουν μεγάλη αγάπη για τον τόπο αυτό, εξ ου και η απόφαση για την ανέγερση της ξενοδοχειακής μονάδας σε εκείνη την περιοχή.

2.3. Ιστορικό Επενδυτικού Σχεδίου

Η ιδέα ξεκίνησε να λαμβάνει υπόσταση, όταν στα μέσα του 2022, δύο χρόνια μετά την εμφάνιση της πανδημίας του κορονοϊού, ο Ορφέας Δουκάκης αποφάσισε ότι είχε έρθει η κατάλληλη στιγμή να διερευνήσει την πιθανότητα δημιουργίας ενός ξενοδοχείου που θα ξεχωρίσει από την υπόλοιπη αγορά, το οποίο είχε οραματιστεί κατά την διάρκεια της πανδημίας.

Θέλοντας να καταστήσει το ξενοδοχείο αυτό μοναδικό, πρότεινε στον παιδικό του φίλο Κώστα Μάνου να τον βοηθήσει. Με την πολυετή εμπειρία του τελευταίου στον χώρο της μόδας, η καθιέρωση του μελλοντικού συγκροτήματος ως βωμό της μόδας θα καθίστατο πολύ πιο γρήγορη, ενώ η εκτενής συλλογή τέχνης αλλά και οι πολύτιμες γνωριμίες του θα αποτελούσαν ανεκτίμητη προσθήκη στην εικόνα του ως βωμού της τέχνης εν γένει.

Με την σύμφωνη γνώμη του Κώστα Μάνου, τον Οκτώβρη του 2022, διεξήχθη η προμελέτη σκοπιμότητας από την συμβουλευτική ΕΛΛ Α.Ε, που διεξάγει την παρούσα έρευνα, και με την ολοκλήρωση αυτής τον Ιανουάριο του 2023, ξεκίνησε η μελέτη σκοπιμότητας, που θα ολοκληρωνόταν τον Δεκέμβριο του 2023.

2.4. Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών

Για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου είναι απαραίτητο να λάβουν χώρα οι παρακάτω ενέργειες:

- Προμελέτη σκοπιμότητας ώστε να εξεταστεί η εφικτότητα του επενδυτικού σχεδίου
- Μελέτη σκοπιμότητας για την εις βάθος ανάλυση του σχεδίου

- Προέγκριση της χωροθέτησης και της καταλληλότητας του οικοπέδου
- Σχέδια Μηχανικού και Αρχιτέκτονα

Πίνακας 1: Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
Κόστος Εκπόνησης Προμελέτης Σκοπιμότητας	5.000 €
Κόστος Μελέτης Σκοπιμότητας	12.000 €
Σχέδια Μηχανικού & Προέγκριση Χωροθέτησης	15.000 €
Αμοιβή Αρχιτέκτονα & Μηχανικού	150.000 €
Άλλα Έξοδα	6.000 €
Σύνολο	188.000 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1. Ανάλυση και Γενικά Χαρακτηριστικά του Τουριστικού Κλάδου

3.1.1. Η Παγκόσμια Βιομηχανία Τουρισμού

Ορισμός τουρισμού (πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού):

«Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο που συνεπάγεται τη μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Οι άνθρωποι αυτοί ονομάζονται επισκέπτες (οι οποίοι μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομείς- κάτοικοι ή μη κάτοικοι) και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, ορισμένες από τις οποίες συνεπάγονται τουριστικές δαπάνες (UNWTO, Glossary of tourism terms, 2023.)»

Κατά την τελευταία δεκαετία, ο διεθνής τουρισμός γνώρισε σημαντικές αλλαγές και μετασχηματισμούς. Το παγκόσμιο τουριστικό τοπίο διαμορφώθηκε από μια πληθώρα παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων των τεχνολογικών εξελίξεων, των γεωπολιτικών γεγονότων και, κυρίως, των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19.

Πριν από την πανδημία, ο κόσμος ήταν μάρτυρας μιας έκρηξης στα διεθνή ταξίδια, με αυξανόμενο αριθμό τουριστών που εξερευνούσαν διάφορους προορισμούς. Οι αναδυόμενες οικονομίες συχνά γίνονταν εστίες τουρισμού, συμβάλλοντας στην οικονομική τους ανάπτυξη. Ωστόσο, η έναρξη της πανδημίας το 2020 έφερε πρωτοφανείς προκλήσεις, οδηγώντας σε ταξιδιωτικούς περιορισμούς, αποκλεισμούς και απότομη μείωση του διεθνούς τουρισμού.

Οι κυβερνήσεις και οι τουριστικές βιομηχανίες παγκοσμίως έπρεπε να προσαρμοστούν στα νέα πρότυπα, δίνοντας έμφαση στα μέτρα ασφαλείας και προωθώντας τον εσωτερικό τουρισμό. Καθώς ο κόσμος ανακάμπτει σταδιακά, δίνεται εκ νέου έμφαση στις βιώσιμες και ανθεκτικές πρακτικές τουρισμού, με επίγνωση της διασύνδεσης του κλάδου και της ανάγκης συλλογικών προσπαθειών για τη διασφάλιση της ζωτικότητάς του τα επόμενα χρόνια.

Φυσικά, παρά τις αναταράξεις και τις μεταβολές, ο τουρισμός παραμένει ένας τομέας που συνεισφέρει σημαντικά στην παγκόσμια οικονομία. Το 2022 η αγορά ταξιδιών κάλυπτε το 7,6% του παγκόσμιου ΑΕΠ, με 7,7 τρισεκατομμύρια, ενώ σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) έως το 2033 πρόκειται να καλύψει το 11,6% της παγκόσμιας οικονομίας, με 15,5 τρισεκατομμύρια και να παρέχει 430 εκατομμύρια θέσεις

εργασίας, από τις 295 εκατομμύρια που απασχολούσε το 2022. Η παραπάνω έκθεση αποκαλύπτει τις 10 ισχυρότερες ταξιδιωτικές και τουριστικές οικονομίες κατά το 2022 σε ό,τι αφορά το ΑΕΠ · ΗΠΑ, Κίνα, Γερμανία, Ιαπωνία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Μεξικό, Ιταλία, Ινδία και Ισπανία. Τονίζεται, επιπλέον, ότι πέραν της αντιπροσώπευσης τεράστιου τμήματος της παγκόσμιας οικονομίας, έμφαση πρέπει να δοθεί στην ταχύτητα ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου, η οποία ξεπερνά την ταχύτητα ανάπτυξης της οικονομίας εν γένει. Για την ακρίβεια, υπολογίζεται πως το παγκόσμιο ΑΕΠ αναπτύσσεται με ρυθμό 2,6% ετησίως, ενώ για τον τουρισμό αναμένεται ανάπτυξη 5,1% (*Globe Trender, Travel and tourism to be worth US\$15.5 trillion by 2033, September 2023*).

3.1.2. Ανάλυση Τάσεων Παγκόσμιας Τουριστικής Αγοράς

Για την καλύτερη κατανόηση του διεθνούς τουριστικού περιβάλλοντος παρατίθενται οι μεγαλύτερες τάσεις και κινητήριες δυνάμεις των τελευταίων ετών σε ό,τι αφορά τον τουρισμό, όπως αναλύθηκαν από την Horwath HTL, με ορισμένες ακόμα πιο σύγχρονες προσθήκες (*Horwath HTL, Tourism Megatrends 10 things you need to know about the future of Tourism, 2015*). Οι παγκόσμιες τάσεις που εντοπίστηκαν πρόκειται να επηρεάσουν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα την τουριστική ανάπτυξη. Οι πέντε πρώτες τάσεις πιστεύεται ότι θα επηρεάσουν σημαντικά τη ζήτηση στον τομέα του τουρισμού, αλλά θα επηρεάσουν επίσης και τη δεύτερη ομάδα τάσεων, που αφορούν την αλλαγή της προσφοράς. Μαζί, αποτελούν δυνάμεις που θα διαμορφώσουν το μέλλον του τουρισμού και λαμβάνονται ιδιαίτερα υπόψη κατά την δημιουργία του παρόντος επενδυτικού σχεδίου.

1. **Ασημένιοι Τουρίστες (Silver hair tourists):** Η γήρανση του παγκόσμιου πληθυσμού αναδιαμορφώνει την τουριστική βιομηχανία, με σημαντική αύξηση των "ασημένιων τουριστών" που είναι οικονομικά ασφαλείς και πρόθυμοι να εξερευνήσουν τον κόσμο. Με αυξημένο προσδόκιμο ζωής και καλή υγεία, αυτή η δημογραφική ομάδα, ηλικίας 50 έως 75 ετών, αναζητά ιδιαίτερα εξατομικευμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες και ήπιες περιπέτειες, εκτιμώντας τις εμπειρίες ζωής έναντι των υλικών αγαθών. Τα ταξίδια υγείας και ευεξίας είναι δημοφιλή ανάμεσά τους, και συχνά απαιτούν 24/7 υποστήριξη έκτακτης ανάγκης και υπηρεσίες ταξιδιωτικών συμβουλών. Αυτό αποτελεί ευκαιρία για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες να προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες και να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη μέσω προσωπικών αλληλεπιδράσεων.

2. **Γενιές Y & Z:** Η γενιά Y, ή Millennials (γεννημένοι μεταξύ 1981-1996), και η γενιά Z (γεννημένοι μεταξύ 1997-2012) είναι έτοιμες να επηρεάσουν σημαντικά την τουριστική βιομηχανία. Οι Millennials, που αναμένεται να αντιπροσωπεύουν το 50% όλων των ταξιδιωτών μέχρι το 2025 (και οι οποίοι αναμένεται να αυξάνονται με ετήσιο ρυθμό 7.2% έως το 2030), αναζητούν εξερεύνηση, αλληλεπίδραση και συναισθηματικές εμπειρίες, γεγονός που οδηγεί σε επανεξέταση των ξενοδοχειακών υπηρεσιών (*Grand View Research, Luxury Travel Market Size, Share & Trends Analysis Report By Tour, By Age Group, By Region, And Segment Forecasts, 2024 – 2030, 2023*). Ολόκληρη η αλυσίδα αξίας προσαρμόζεται για να ανταποκριθεί στις ανάγκες του τρόπου ζωής τους, δίνοντας έμφαση στη διαφάνεια, την τεχνολογική ευελιξία και τη σύνδεση με τον πελάτη. Η γενιά Z, πλήρως ενσωματωμένη στον ψηφιακό κόσμο, απαιτεί σημαντική προσαρμογή στον τομέα του τουρισμού, απαιτώντας επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο, διαδραστική επικοινωνία και εξατομικευμένες εμπειρίες. Οι πάροχοι υπηρεσιών πρέπει να μάθουν τη συγκεκριμένη γλώσσα τους, να δώσουν έμφαση στην κοινωνική ευθύνη και να διευκολύνουν τη συν-δημιουργία για να συνεργαστούν αποτελεσματικά μαζί τους. Η προσαρμογή και η εξατομίκευση των υπηρεσιών είναι πλέον πιο κρίσιμες από ποτέ.
3. **Αναπτυσσόμενη Μεσαία Τάξη:** Η άνοδος της παγκόσμιας μεσαίας τάξης, ιδίως στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, αναδιαμορφώνει το τουριστικό τοπίο. Μέχρι το 2030, η περιοχή Ασίας-Ειρηνικού αναμένεται να αντιπροσωπεύει τα δύο τρίτα του συνολικού παγκόσμιου πληθυσμού της μεσαίας τάξης και να συμβάλει στο 59% της συνολικής κατανάλωσης της μεσαίας τάξης (με την μεσαία τάξη της Ευρώπης και της Β. Αμερικής να μειώνεται σταδιακά). Αυτή η ανάπτυξη, με κινητήρια δύναμη την Κίνα και την Ινδία, συνοδεύεται από αυξημένη έμφαση στην αξία των χρημάτων και την εστίαση στην εκπαίδευση. Οι ταξιδιώτες της μεσαίας τάξης αναζητούν διαφανείς και συγκρίσιμες πληροφορίες στο διαδίκτυο, γεγονός που οδηγεί σε αυξημένο ανταγωνισμό μεταξύ των διαδικτυακών τουριστικών πλατφορμών και σε αυξανόμενη σημασία της ψηφιακής παρουσίας. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να καινοτομήσουν για να προσφέρουν αξία για τα χρήματα, ικανοποιώντας παράλληλα συγκεκριμένες πολιτιστικές και θρησκευτικές απαιτήσεις, όπως η παροχή χορτοφαγικών και Halal τροφίμων για τους Ινδούς τουρίστες.

4. **Αναδυόμενοι Προορισμοί:** Οι αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες περιοχές, συμπεριλαμβανομένης της Ασίας, της Νότιας Αμερικής, της Ανατολικής Μεσογείου, της Μέσης και Ανατολικής Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής, αξιοποιούν το τουριστικό δυναμικό τους για την προσέλκυση και τη διατήρηση επισκεπτών, με κινητήρια δύναμη την αυξανόμενη μεσαία τάξη και την αναζήτησή τους για καλή σχέση ποιότητας-τιμής και ποικίλες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Οι περιοχές αυτές αναμένεται να ξεπεράσουν τις ανεπτυγμένες αγορές όσον αφορά τις διεθνείς αφίξεις, με σχεδόν 100 χώρες να δέχονται πάνω από 1 εκατομμύριο αφίξεις ετησίως. Η ανάπτυξη της Ασίας, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την πρώτη και πέμπτη θέση της Μπανγκόκ και της Σιγκαπούρης αντίστοιχα ως κορυφαίων παγκόσμιων προορισμών το 2023 (*Travel Off Path, These Are The 10 Most Visited Cities In The World Right Now, Δεκέμβριος 2023*), καταδεικνύει τη μεταβαλλόμενη δυναμική του διεθνούς τουρισμού. Ωστόσο, το δυναμικό αυτών των αναδυόμενων προορισμών υπόκειται σε επιρροές όπως τα πολιτικά ζητήματα και η τρομοκρατία, οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν τη μελλοντική τους ανάπτυξη.
5. **Πολιτικά Ζητήματα και Τρομοκρατία:** Η άνοδος νέων προορισμών εν μέσω παγκόσμιας αλλαγής έχει φέρει στο φως τον αντίκτυπο των εθνοτικών, πολιτιστικών και θρησκευτικών διαφορών, καθώς και των πολιτικών ατζεντών, στις παγκόσμιες εντάσεις. Οι πολιτικές αναταραχές, οι τρομοκρατικές επιθέσεις και οι ταραχές απειλούν όλο και περισσότερο το μέλλον του τουρισμού. Οι κυβερνήσεις παγκοσμίως αντιμετωπίζουν πολιτικά ζητήματα που μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τον τουρισμό, όπως οι ταραχές στην Ελλάδα, οι οποίες οδήγησαν σε βραχυπρόθεσμες ταξιδιωτικές προειδοποιήσεις και μακροπρόθεσμες ανησυχίες για οικονομική αστάθεια. Επιπλέον, η εισροή προσφύγων στην Ευρώπη και οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις στη Γαλλία, την Αίγυπτο, την Τυνησία και την Ταϊλάνδη επηρέασαν άμεσα τον τουρισμό, καθιστώντας τη διαχείριση κρίσεων αναγκαιότητα για τους διαχειριστές προορισμών. Επιπλέον, η ανασφάλεια στις μεταφορές, που προκλήθηκε από τρομοκρατικές επιθέσεις σε αεροδρόμια και τρένα, έχει οδηγήσει σε μεγαλύτερους χρόνους αναμονής για τον έλεγχο ασφαλείας και προκλήσεις για την αποθήκευση αποσκευών για τους ταξιδιώτες.
6. **Τεχνολογική Επανάσταση/Εξέλιξη:** Η τεχνολογική επανάσταση διαμορφώνει σημαντικά την τουριστική βιομηχανία, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι

άνθρωποι αναζητούν, κάνουν κρατήσεις και βιώνουν τα ταξίδια. Αυτή η ενσωμάτωση της τεχνολογίας στην καθημερινή ζωή, συμπεριλαμβανομένου του κινητού διαδικτύου, των συστημάτων πλοήγησης και των έξυπνων κινητών, έχει οδηγήσει σε συνεχή συνδεσιμότητα με τον ψηφιακό κόσμο. Ο κλάδος προσαρμόζεται στις νέες τεχνολογικές τάσεις, με τα ρομπότ, τα ολογράμματα, τις διαδραστικές οθόνες και τα έξυπνα κινητά να γίνονται πραγματικότητα στον ξενοδοχειακό κλάδο. Το μέλλον των ξενοδοχείων περιλαμβάνει άμεσο check-in μέσω έξυπνων κινητών, προσαρμογές δωματίων σε πραγματικό χρόνο με βάση τις προτιμήσεις των επισκεπτών και εξατομικευμένες πληροφορίες και προτάσεις σε πραγματικό χρόνο για τους επισκέπτες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

7. **Ψηφιακά Κανάλια:** Τα κοινωνικά δίκτυα και οι εφαρμογές για κινητά έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της ταξιδιωτικής εμπειρίας, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι ταξιδιώτες συλλέγουν πληροφορίες, κάνουν κρατήσεις και μοιράζονται τις εμπειρίες τους. Η άνοδος των φορητών συσκευών και η αυξανόμενη κυριαρχία των διαδικτυακών ταξιδιωτικών διαμεσολαβητών καταδεικνύουν περαιτέρω τον βαθύ αντίκτυπο της ψηφιοποίησης στην τουριστική βιομηχανία. Καθώς οι εταιρείες περιηγούνται σε αυτό το πολύπλοκο ψηφιακό τοπίο, η εμφάνιση "ψηφιακών πρωταθλητών" και η ανάγκη για τεχνογνωσία σε τομείς όπως η στρατηγική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η επιστήμη των δεδομένων καθίστανται υψίστης σημασίας. Οι παραδοσιακές τουριστικές εταιρείες βρίσκονται αντιμέτωπες με την πρόκληση να ξεχωρίσουν σε αυτό το ψηφιακό περιβάλλον και να προσαρμόσουν τις στρατηγικές τους για το ανθρώπινο δυναμικό ώστε να ευδοκιμήσουν σε αυτή τη νέα εποχή.
8. **Πιστότητα (Loyalty):** Τα προγράμματα επιβράβευσης υποβάλλονται σε μετασχηματισμό ως απάντηση στο δυναμικό ψηφιακό περιβάλλον και στις μεταβαλλόμενες συμπεριφορές των καταναλωτών. Τα παραδοσιακά μοντέλα επιβράβευσης, που βασίζονται στη συλλογή και εξαργύρωση πόντων, επανεκτιμώνται για να ευθυγραμμιστούν με τις εξατομικευμένες ανάγκες των πελατών. Η ενσωμάτωση των προγραμμάτων επιβράβευσης σε ολόκληρο το τουριστικό ταξίδι, από τον προγραμματισμό έως τις μετα-ταξιδιωτικές εμπειρίες, καθίσταται απαραίτητη. Η ενσωμάτωση αυτή απαιτεί τη συνεργασία μεταξύ των διαφόρων ενδιαφερόμενων φορέων του τουριστικού τομέα και την υιοθέτηση

ψηφιακών λύσεων, όπως εφαρμογές για κινητά και διαδικτυακές πύλες. Η αξιοποίηση των "μεγάλων δεδομένων" (Big Data) για βαθύτερες γνώσεις και ταχύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των επισκεπτών είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση της συνολικής τουριστικής εμπειρίας και για να νιώθουν οι επισκέπτες ότι εκτιμώνται και συμπεριλαμβάνονται.

9. **Υγεία και Υγιεινός Τρόπος Ζωής:** Η τουριστική βιομηχανία παρατηρεί μια αυξανόμενη έμφαση στην υγεία και τον υγιεινό τρόπο ζωής, με έμφαση στα προληπτικά μέτρα και την προσωπική φροντίδα υγείας. Η συνεργασία μεταξύ των τομέων της υγείας και του τουρισμού δημιουργεί νέες ευκαιρίες στον τουρισμό υγείας, με την ανάδυση ενός φάσματος υγιεινών τάσεων, όπως τα ιαματικά λουτρά προορισμού, τα προγράμματα γυμναστικής, οι εξατομικευμένες εμπειρίες ευεξίας και η ολοκληρωμένη καθοδήγηση ζωής. Για να ανταποκριθούν στις ανάγκες των τουριστών που έχουν συνείδηση της υγείας, οι προορισμοί και τα ξενοδοχεία πρέπει να ενσωματώσουν πρόσθετη προσφορά και να καινοτομούν συνεχώς για μακροπρόθεσμη επιτυχία στην προώθηση της υγείας και της ευεξίας.
10. **Βιωσιμότητα:** Η βιωσιμότητα στον τουρισμό είναι υψίστης σημασίας λόγω του σημαντικού αντίκτυπου του στην παγκόσμια ανάπτυξη και ευημερία. Με σχεδόν ένα δισεκατομμύριο τουρίστες το 2002, ο τουρισμός παράγει το 7.6% του παγκόσμιου ΑΕΠ και 1,09 τρισεκατομμύρια δολάρια σε εξαγωγές (*Statista, Share of travel and tourism's total contribution to GDP worldwide in 2019 and 2022, with a forecast for 2023 and 2033, 2024*). Παρά τα οφέλη όμως, ο τουρισμός μπορεί να έχει και αρνητικό αντίκτυπο εάν δεν τεθούν τα κατάλληλα όρια, με συνέπειες όπως ρύπανση, καταστροφή ιστορικών μνημείων, εκτοπισμός ντόπιων, απώλεια της πολιτιστικής ταυτότητας κλπ. Ο βιώσιμος τουρισμός, από την άλλη, σέβεται τους ντόπιους ανθρώπους, την πολιτιστική κληρονομιά και το περιβάλλον, απαιτώντας μια ισορροπία οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών πυλώνων. Αποτελεί κοινωνική υπηρεσία για τις κοινότητες υποδοχής, συμβάλλει στην καταπολέμηση της φτώχειας και ενισχύει την κατανομή του εισοδήματος εντός των κοινωνιών. Η επίτευξη του βιώσιμου τουρισμού απαιτεί τη συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών, ισχυρή πολιτική ηγεσία, καθώς και συνεχή παρακολούθηση και αναγκαία διορθωτικά μέτρα.

11. **Αστικοποίηση:** Καθώς εντείνεται η αστικοποίηση, η κοινωνική επιθυμία για χώρους πρασίνου αυξάνεται, παράλληλα με την κλιμακούμενη ζήτηση για τουριστικές εμπειρίες με επίκεντρο τη φύση. Ο αδιάκοπος αστικός τρόπος ζωής ωθεί τα άτομα να αναζητούν καταφύγιο σε φυσικά περιβάλλοντα. Καθώς οι άνθρωποι συρρέουν στις πόλεις, η γοητεία του φυσιολατρικού τουρισμού αναδύεται ως αντίβαρο, παρέχοντας μια απόδραση και ικανοποιώντας την έμφυτη ανθρώπινη επιθυμία για σύνδεση με την ύπαιθρο (*Vlatka Bilas, Sanja Franc, and Marija Vukoja, The impact of global megatrends on tourism industry, 2022*).

3.1.3. Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Ιστορική αναδρομή του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα

Η Ελλάδα, ένα διαχρονικό τουριστικό καταφύγιο, γοητεύει τους ταξιδιώτες εδώ και χιλιετίες. Οι αρχαίες ρίζες της στον τουρισμό χρονολογούνται από το λίκνο του δυτικού πολιτισμού, με πνευματικά προσκυνήματα στο Μαντείο των Δελφών και εκπαιδευτικές παραμονές στο Λύκειο του Αριστοτέλη. Η ελληνιστική και η ρωμαϊκή περίοδος προώθησαν τις πολιτιστικές ανταλλαγές, ενώ η βυζαντινή εποχή αγκάλιασε το θρησκευτικό προσκύνημα και την καλλιτεχνική εξερεύνηση. Η οθωμανική κυριαρχία προσέθεσε μια μοναδική πολιτιστική συγχώνευση, και το Grand Tour του 18^{ου} αιώνα αναζωπύρωσε τη γοητεία για τους κλασικούς θησαυρούς της Ελλάδας. Αυτοί οι πρώτοι ταξιδιώτες κατέγραψαν τους αρχαιολογικούς χώρους, θέτοντας τα θεμέλια του σύγχρονου τουρισμού. Η ικανότητα της Ελλάδας να συνδυάζει την πλούσια ιστορία της με τις σύγχρονες ανάγκες την έχει καταστήσει μια διαρκή και ευπροσάρμοστη τουριστική δύναμη.

Τουρισμός στην σύγχρονη Ελλάδα

Ο τουρισμός εξακολουθεί να αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και αύξησης της απασχόλησης, αποτελώντας συχνά ανάχωμα στις επιπτώσεις των ανά περίοδο υφέσεων, που δεν εξάλειψαν τις τελευταίες δεκαετίες. Η χώρα βίωσε ισχυρότατες αναταραχές κατά την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008, με τον τουρισμό να βιώνει αναλογικά μικρές απώλειες. Η παγκόσμια αυτή ύφεση μεταφράστηκε στη συνέχεια σε κρίση χρέους για την Ελλάδα, επηρεάζοντας βαθύτατα την οικονομία, με τον τουρισμό να απορροφά μέχρι ενός βαθμού τους υφεσιακούς κραδασμούς. Ωστόσο, ο μεγάλος βαθμός εξάρτησης της ελληνικής οικονομίας από τον τουρισμό που την βοήθησε να αναρρώσει από τις παραπάνω διαταραχές, ήταν αυτό που την κατέστησε ευάλωτη στην

τελευταία πανδημική κρίση του COVID-19. Η ελληνική οικονομία δέχθηκε ένα χτύπημα ισχυρότερο από τον μέσο όρο του ΟΟΣΑ, με την χώρα να μάχεται να μειώσει τον αντίκτυπο στον εγχώριο προϊόν της. Η άμεση ανάκαμψη του τουρισμού στην Ελλάδα το 2021 και το 2022 επέφερε ταχεία αύξηση του ΑΕΠ και της οικονομικής δραστηριότητας, ενισχύοντας τη χώρα ως διεθνή τουριστικό προορισμό. Ο τουρισμός παραμένει ένας επενδυτικά ελκυστικός τομέας, ενώ η διασπορά των τουριστικών προορισμών συμβάλλει στον σημαντικό ρόλο του στη δημιουργία εισοδήματος σε πολλές περιοχές της χώρας. Παρ' όλα αυτά, η έντονη εποχικότητα λόγω της προτίμησης των διακοπών στον Ήλιο & Θάλασσα υπογραμμίζει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας (INSETE, *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2022, Ιούνιος 2023*).

Η θέση της Ελλάδας στον Παγκόσμιο Τουριστικό Χάρτη

Ξεκινώντας την πιο διεξοδική ανάλυση του σύγχρονου ελληνικού τουρισμού, ως άξια αναφοράς κρίνονται τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) για το έτος 2022, που κατατάσσουν την Ελλάδα 9^η μεταξύ των 10 κορυφαίων προορισμών εξερχόμενου τουρισμού, αμέσως μετά την Γερμανία, έχοντας ανέλθει από την 13^η θέση το 2019, και 4^η μεταξύ των 5 κορυφαίων Μεσογειακών προορισμών στις κύριες αγορές. Στις προηγούμενες 4 θέσεις βρίσκονται η Ισπανία, η Τουρκία και η Ιταλία με σημαντική διαφορά.

Παρά τις υψηλές θέσεις στις παραπάνω κατατάξεις, βρισκόμαστε στην 16^η θέση αναφορικά με τις εισπράξεις διεθνούς τουρισμού, αμέσως μετά την Ινδία και την Αυστρία, έχοντας σημειώσει βελτίωση από το 2021 όπου βρισκόμασταν στην 21^η θέση. Κατανοούμε, λοιπόν, πως παρά τις υψηλές θέσεις ως κορυφαίου προορισμού, είναι αναγκαίο να εξεταστούν προσεκτικά οι παράγοντες που επηρεάζουν τις εισπράξεις προκειμένου να διαμορφωθούν αποτελεσματικές στρατηγικές για τη μελλοντική βιωσιμότητα του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα (*UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, Ιανουάριος 2023*).

3.1.4. Βασικοί Δείκτες και Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού και Διαχρονική Εξέλιξη αυτών

Ακολουθεί ανάλυση των βασικών μεγεθών του ελληνικού τουρισμού και η διαχρονική εξέλιξη αυτών. Για την εν λόγω ανάλυση επιλέχθηκαν οι μελέτες του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) με βάσει τα στοιχεία από το 2016 έως το 2022.

Πολλαπλασιαστής τουρισμού

Όπως αναλύθηκε προηγουμένως, ο τουρισμός επιδρά σε πολλαπλούς άλλους τομείς, με την συνολική συνεισφορά του στο ΑΕΠ να είναι πολλαπλάσια των αρχικών εσόδων που προκύπτουν από τον τουριστικό τομέα. Ο πολλαπλασιαστής του τουρισμού αντικατοπτρίζει, επομένως, τη συνολική οικονομική αξία που προκύπτει από τον τουρισμό και καταδεικνύει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο τουρισμός στη δημιουργία εισοδήματος και απασχόλησης σε πολλούς κλάδους της οικονομίας.

Πίνακας 2: Πολλαπλασιαστής Τουρισμού

ΤΟΜΕΑΣ	ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ (%)	ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΤΗΣ
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Έναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτοκινήτων	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μ.Ο.		2,65

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018, Μάιος 2019

Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) του 2012, κάθε €1,0 που προέρχεται από τον τουρισμό στην Ελλάδα συνεισφέρει €1,2 έμμεσης και προκαλούμενης οικονομικής δραστηριότητας, ανεβάζοντας τον συνολικό πολλαπλασιαστή σε €2,2 για το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Ο παραπάνω πίνακας απεικονίζει την παραπάνω μελέτη του ΙΟΒΕ καθώς και την μελέτη του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ) του 2014 σε ό,τι αφορά τους

πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας. Συνολικά, οι παραπάνω μελέτες παρουσιάζουν πολλαπλασιαστές από 2,2 έως 2,65 για διάφορους κλάδους της οικονομίας. Δηλαδή, κάθε €1,0 στον τουρισμό οδηγεί σε οικονομική δραστηριότητα από €1,2 έως €1,65, ενισχύοντας το ΑΕΠ και αποδεικνύοντας την ουσιαστική συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία (*INΣETE, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018, Μάιος 2019*).

Τουρισμός & ΑΕΠ

Τα έσοδα που σημειώθηκαν το 2022 από τον τουρισμό υπογραμμίζουν την σημασία αυτού στην οικονομία της χώρας, ιδιαίτερα μετά την πανδημία του κορονοϊού. Αναλυτικότερα:

- **Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών:** Οι αφίξεις μη κατοίκων ανήλθαν στους 27,8 εκ. τουρίστες (χωρίς τις αφίξεις από κρουαζιέρα, τις αερομεταφορές, τις θαλάσσιες μεταφορές), οι οποίοι δημιούργησαν εισπράξεις ύψους €17,5 δις. Υπήρξε δηλαδή σχεδόν διπλασιασμός των 14,8 εκ. αφίξεων του 2021, +69% αύξηση των εισπράξεων και μόλις -1,2% μείωση από τα επίπεδα του 2019.
- **Δαπάνη Τουριστών και Εταιρειών Κρουαζιέρας:** Οι εν λόγω δαπάνες ανήλθαν σε €484 εκ., σημειώνοντας αύξηση +118% σε σχέση με το 2021 και μείωση -24% σε σχέση με το 2019.
- **Αερομεταφορές & Θαλάσσιες Μεταφορές:** Οι αερομεταφορές ανήλθαν σε €2,06 δις, δηλαδή +92% από το 2021 και +8% από το 2019. Οι θαλάσσιες μεταφορές έφτασαν τα €122 εκ., με αύξηση 53% από το 2021 και εντυπωσιακά ψηλή αύξηση της τάξης του +27% σε σχέση με το 2019.
- **Εγχώριος Τουρισμός:** Αύξηση παρουσίασε ο εγχώριος τουρισμός, που έφτασε τα €2,03 δις, +18% σε σχέση με το 2021 και +27% σε σχέση με το 2019.
- **Επενδύσεις:** Η συνολική επενδυτική δραστηριότητα στον τουριστικό κλάδο ανήλθε στα €1,74 δις, +10% σε σχέση με το 2021 και +48% από το 2019.

Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία που μόλις αναλύθηκαν σε συνδυασμό με το ελληνικό ΑΕΠ και αξιοποιώντας τα πολλαπλασιαστικά οφέλη προκύπτουν τα εξής:

- Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ ανήλθε στα €23,9 δις ή αλλιώς στο 11,5% του ΑΕΠ, παρουσιάζοντας αύξηση +59,3% σε σχέση με το 2021 και +3,5% με το 2019.

- Η συνολική συνεισφορά του τουρισμού εκτιμάται από €52,6 έως €63,4 δις, αντιστοιχώντας στο 25,3-30,5% του ΑΕΠ και καθιστώντας τον τουρισμό έναν από τους βασικότερους πυλώνες της οικονομίας της χώρας.
- Το ΑΕΠ αυξήθηκε κατά +14,5% από το 2021 ενώ η τουριστική δραστηριότητα έως και +59,3%.
- Στο 84,2% ανήλθε το ποσοστό των τουριστικών εισπράξεων που προήλθε από το εξωτερικό (78% το 2021 και 88% το 2019), καθιστώντας τον τουρισμό εξαγωγική δραστηριότητα για άλλη μια χρονιά (*INSETE, Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2022, Ιούνιος 2023*).

Πίνακας 3: Αφίξεις και Έσοδα Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε €)

Αφίξεις και Έσοδα Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε €)										
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022
Αφίξεις	24.799.343	27.194.181	30.122.791	31.348.369	7.374.477	14.704.921	27.835.541	26,4%	12,2%	-11,2%
Έσοδα	12.749.214.045	14.202.539.934	15.653.185.040	17.679.916.028	4.094.173.779	10.328.420.215	17.462.118.074	38,7%	37,0%	-1,2%

Πηγή: INSETE, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία, τεύχη 2017-2023

Πίνακας 4: Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε εκ. €)

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022 (σε εκ. €)										
Μεγέθη	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	12.749	14.203	15.653	17.679	4.094	10.328	17.462	38,7%	37,0%	-1,2%
Δαπάνη Τουριστών και Εταιρειών Κρουαζιέρας	626	586	553	638	11	222	484	1,9%	-22,7%	-24,1%
Αερομεταφορές	1.326	1.468	1.715	1.914	512	1.075	2.067	44,3%	55,9%	8,0%
Θαλάσσιες Μεταφορές	133	90	98	96	49	80	122	-27,8%	-8,3%	27,1%
Εγχώριος Τουρισμός	1.287	1.398	1.715	1.599	1.599	1.720	2.038	24,2%	58,4%	27,5%
Επενδύσεις	615	1.294	1.411	1.178	-	1.584	1.741	91,5%	183,1%	47,8%

Πηγή: INSETE, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία, τεύχη 2017-2023

Σε ό,τι αφορά την διαχρονική εξέλιξη των παραπάνω δεικτών, παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα ότι παρουσιάζουν σταθερή αύξηση με κάποιες εξαιρέσεις. Παρά την πτώση των περισσότερων μεγεθών κατά τη διάρκεια του 2020, η ανοδική πορεία τους δεν ανακόπηκε σε βάθος χρόνου, με την εξαίρεση της Δαπάνης Εισερχόμενων Τουριστών που δεν έχει ανακτήσει τον προηγούμενο ρυθμό ανάπτυξης. Αναφορικά με τις επενδύσεις το 2020, ο φορέας δεν εξέδωσε επίσημο αριθμό καθώς δεν υπήρχαν επαρκή στοιχεία. Άξια αναφοράς

είναι η ταχεία επάνοδος των εσόδων σε επίπεδα σχεδόν προ-πανδημίας, δείχνοντας την δύναμη ανάκαμψης του τουριστικού κλάδου της χώρας.

Βασικοί Δείκτες

Για την ακόμα βαθύτερη κατανόηση του τουρισμού στην Ελλάδα ενδείκνυται η χρήση βασικών δεικτών τουρισμού όπως αυτοί παρατίθενται:

- Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη: υπολογίστηκε στα €627 (χωρίς τα έσοδα κρουαζιέρας), παρουσιάζοντας -10,7% μείωση από το 2021, αλλά +11,2% από το 2019.
- Μέση Διάρκεια Παραμονής: υπολογίστηκε στις 7,8 ημέρες, σημειώνοντας -12,7% μείωση από το 2021 και αύξηση +5,1% σε σχέση με το 2019.
- Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση: υπολογίστηκε στα €80,5, με αύξηση +2,4% από το 2021 και +5,8% από το 2019.

Πίνακας 5: Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022

Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού, 2016-2022										
Δείκτης	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022
Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (σε €)	514,1	522,3	519	564	584,4	702,4	627,3	9,7%	22,0%	11,2%
Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (σε €)	67	68	69	76,1	67	78,6	80,5	13,6%	20,1%	5,8%
Μέση Διάρκεια Παραμονής (σε διανυκτερεύσεις)	6,7	6,8	6,5	6,3	7,7	8	6,9	-6,0%	3,0%	9,5%

Πηγή: INSETE, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία, τεύχη 2017-2023

Αναφορικά με τη διαχρονική εξέλιξη των εν λόγω δεικτών παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα την διαχρονική και σταθερή αύξηση τους, σταθερότητα η οποία ανακόπηκε ελάχιστα το 2020. Επιπλέον, παρατηρούμε πως όχι μόνο δεν αμβλύθηκε η ανοδική πορεία των δεικτών κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία, αλλά τα ποσοστά συνέχισαν να αυξάνονται με ταχείς ρυθμούς.

Τουρισμός και Απασχόληση

Η διαχρονική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση και στην μείωση της ανεργίας επιβεβαιώνεται και από τα νούμερα του 2022. Πιο συγκεκριμένα το 2022 απασχολήθηκαν 16,56 εκ. εργαζόμενοι σε όλους τους τουριστικούς κλάδους, σημειώνοντας αύξηση +2% σε

σχέση με το 2016 και +6% σε σχέση με το 2019. Πάρα ταύτα, σε ό,τι αφορά τα καταλύματα και τις υπηρεσίες εστίασης υπήρξε μείωση -1,6% σε σχέση με το 2021 και -9,5% με το 2019. Να αναφερθεί πως η διακύμανση του συνόλου των απασχολούμενων μεταξύ των τετράμηνων ήταν ανεπαίσθητη και δεν αναφέρεται.

Εάν ληφθεί υπόψη πολλαπλασιαστικός αντίστοιχος του ΑΕΠ τότε η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην απασχόληση ανέρχεται από 36,7% έως 44,2% , με το 2019 και το 2021 να ανέρχεται από 37,6% έως 45,2%. Παρατηρείται συνεπώς μικρή μείωση.

Πίνακας 6: Τουρισμός και Απασχόληση, 2016-2022

Τουρισμός και Απασχόληση, 2016-2022 (σε χιλ.)										
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022
Σύνολο Απασχολούμενων	14.695	15.010	15.312	15.644	15.502	15.711	16.562	6,5%	12,7%	5,9%

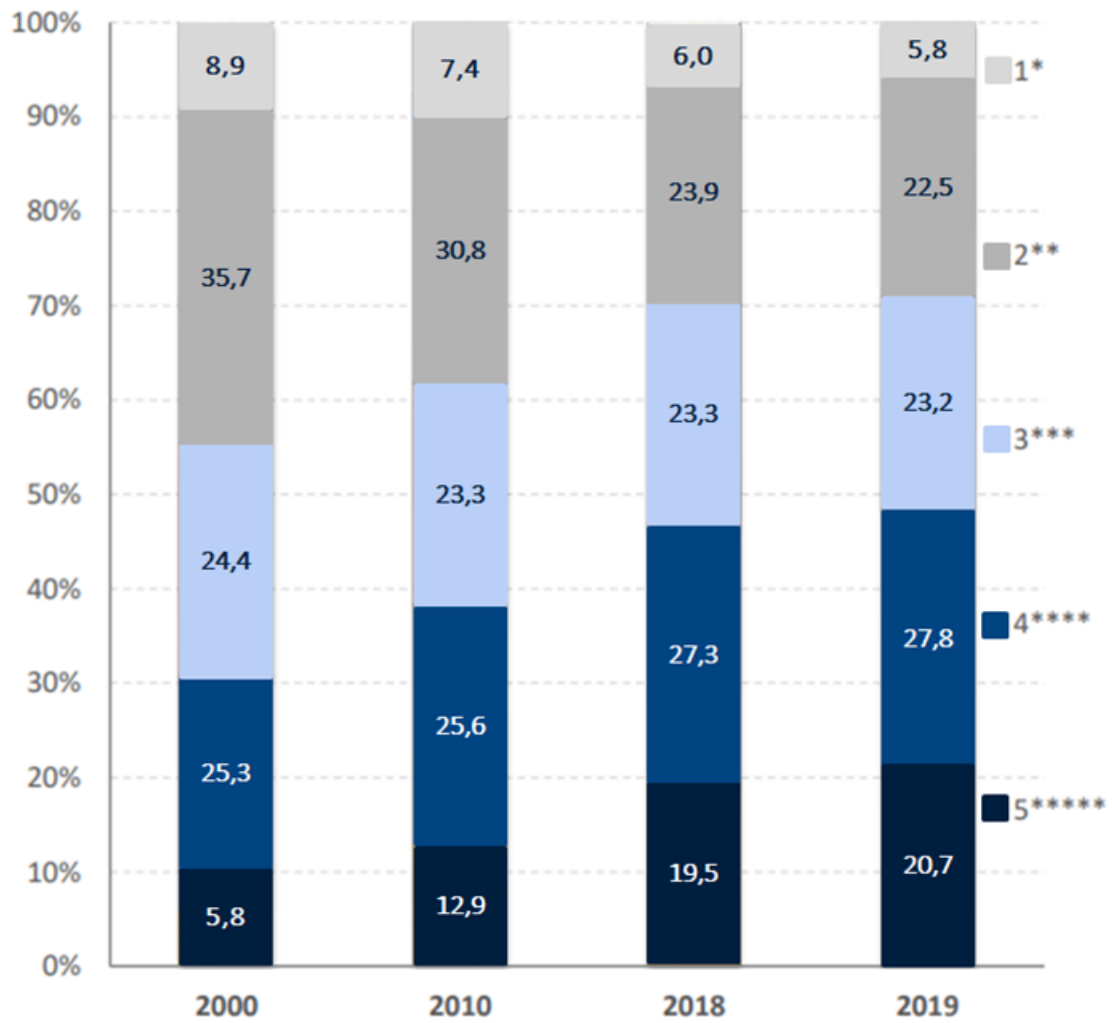
Πηγή: INSETE, Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία, τεύχη 2017-2023

Επιπλέον παρατηρούμε πως διαχρονικά, ο αριθμός των συνολικών απασχολούμενων στον τουρισμό αυξάνεται, με σχεδόν καμία ανακοπή το 2020, γεγονός που πιθανώς να οφείλεται και στις τότε κρατικές επιδοτήσεις και σχετική νομοθεσία.

3.1.5. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Ελλάδα

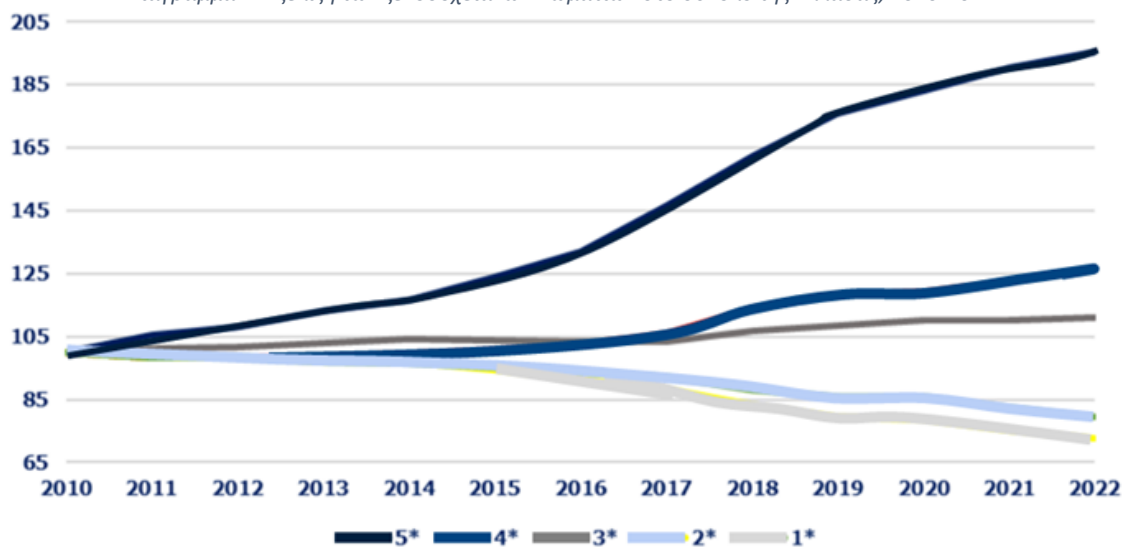
Η σταθερά ανοδική πορεία του ξενοδοχειακού κλάδου από το 2000 έως το 2019 είναι αδιαμφισβήτητη. Οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξήθηκαν κατά +24,5% (από 8.073 στις 10.052), τα δωμάτια αυτών κατά +40% (από 312.993 σε 438.294) και οι κλίνες κατά +46,3% (από 593.990 σε 869.250). Αλλά ακόμα και μετά το πανδημικό σοκ η ανοδική πορεία συνεχίστηκε με πιο αργούς ρυθμούς. Έτσι, από το 2019 έως το 2022 οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξήθηκαν κατά +0,3% (από 10.052 σε 10.087), τα δωμάτια κατά +1,3% (από 438.294 σε 443.835) και οι κλίνες κατά +1,9% (από 869.250 σε 885.624) (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2019-2022, 2024).

Διάγραμμα 1: Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά κατηγορία αστεριού στην Ελλάδα, 2000-2019



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας, 2000-2019

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη των ξενοδοχειακών Δωματίων στο σύνολο της Ελλάδας, 2010-2022



Πηγή: INSETE, Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2022, Ιούνιος 2023

Καίρια είναι επίσης η αναφορά της συγκέντρωσης προσφοράς, καθώς το 2022, το 71% των ξενοδοχειακών κλινών εντοπίζεται σε τέσσερις μόνο περιοχές της Ελλάδας και συγκεκριμένα, στην Κρήτη, στα Δωδεκάνησα, στη Μακεδονία και στη Στερεά Ελλάδα, ενώ τα αεροδρόμια με τις περισσότερες αφίξεις αλλοδαπών είναι εκείνα της Αθήνας, του Ηρακλείου, της Ρόδου, της Θεσσαλονίκης και της Κέρκυρας.

Επιπλέον, παρατηρείται μια σταδιακή αλλά σταθερή στροφή του ελληνικού προϊόντος προς τον υπερπολυτελή τουρισμό, με υπερδιπλασιασμό των αντίστοιχων ξενοδοχείων αλλά και σημαντική αύξηση των εισπράξεων. Συγκεκριμένα, από το 2000 έως το 2019 τα ξενοδοχεία 5* αυξήθηκαν κατά +256%, τα ξενοδοχεία 4* κατά +9,9% και οι υπόλοιπες 3 κατηγορίες σημείωσαν μείωση, ενώ τα ξενοδοχεία 2* και 1* συνολικά σημείωσαν μείωση -36,5% (*Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας 2019, Φεβρουάριος 2020*). Από το 2019 και μετά η ανοδική πορεία συνεχίστηκε, με το τέλος του 2022 να βρίσκει την Ελλάδα με 744 πολυτελή ξενοδοχεία 5 αστέρων επί ενός συνόλου 10.087 ξενοδοχείων, δηλαδή 21,9% περισσότερα του 2019. Ανοδική πορεία σημειώνουν και τα ξενοδοχεία 4 αστέρων με 7,9% αύξηση επί του συνόλου των ξενοδοχείων από το 2019, αλλά και τα 3* με 6,3% ενώ τα καταλύματα 1 και 2 αστέρων έχουν μειωθεί συνολικά κατά -13,7% (*Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2022, 2023*).

Πιο αναλυτικά, το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, όπως αυτό διαμορφώθηκε το 2022, αποτυπώνεται στον παρακάτω αναλυτικό πίνακα:

Πίνακας 7: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2022

Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια (2022)							
Περιφέρεια		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	274	457	586	754	185	2.256
	Δωμάτια	34.672	38.238	21.036	18.998	2.816	115.760
	Κλίνες	72.769	77.820	41.382	36.412	5.551	233.934
Κρήτη	Μονάδες	159	351	425	546	169	1.650
	Δωμάτια	25.973	33.638	18.259	17.636	3.992	99.498
	Κλίνες	55.266	66.848	34.553	31.560	7.752	195.979
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	71	177	276	415	72	1.011
	Δωμάτια	10.275	13.960	14.555	12.572	1.500	52.862
	Κλίνες	21.263	27.873	28.946	24.482	2.932	105.496
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	65	146	291	297	349	1.148
	Δωμάτια	10.109	11.076	10.079	7.664	7.406	46.334
	Κλίνες	21.320	22.419	20.617	15.220	14.981	94.557
Αττική	Μονάδες	51	138	169	227	113	698
	Δωμάτια	7.820	10.125	7.482	6.836	2.314	34.577
	Κλίνες	15.104	19.787	14.250	12.620	5.041	66.082
Πελοπόννησος	Μονάδες	32	144	240	203	59	678
	Δωμάτια	3.280	5.066	6.498	4.251	772	19.867
	Κλίνες	7.282	10.185	12.804	8.068	1.504	39.823
Στερεά Ελλάδα	Μονάδες	9	52	162	231	53	507
	Δωμάτια	706	3.741	4.457	5.186	589	14.949
	Κλίνες	1.559	7.676	8.696	9.799	1.624	29.354
Θεσσαλία	Μονάδες	30	119	145	186	68	548
	Δωμάτια	1.651	3.960	3.884	4.134	1.202	14.831
	Κλίνες	3.410	7.927	7.596	7.971	2.475	29.379
Βόρειο Αιγαίο	Μονάδες	10	34	138	159	40	381
	Δωμάτια	1.097	1.850	4.876	3.715	615	12.153
	Κλίνες	2.175	3.602	9.478	6.991	1.181	23.427
Αν. Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	14	34	123	144	66	381
	Δωμάτια	1.316	2.068	3.909	20.980	971	11.244
	Κλίνες	2.728	4.293	7.727	5.843	1.896	22.487
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	7	43	110	91	21	272
	Δωμάτια	1.500	2.705	3.317	2.064	2.767	9.853
	Κλίνες	3.206	5.457	6.297	3.965	522	19.447
Ήπειρος	Μονάδες	18	98	176	125	18	435
	Δωμάτια	1.487	1.784	3.481	2.121	293	9.166
	Κλίνες	3.139	3.846	7.098	4.151	565	18.799
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	4	14	62	33	9	122
	Δωμάτια	99	356	1.403	687	196	2.741
	Κλίνες	219	773	2.977	1.528	643	6.140
Σύνολο	Μονάδες	744	1807	2903	3411	1222	10.087
	Δωμάτια	99.985	128.567	103.236	88.844	23.203	443.835
	Κλίνες	209.420	258.506	202.421	168.610	46.667	885.624

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, 2023

Παρατηρούμε, επομένως, τον ταχύ ρυθμό ανάπτυξης του ξενοδοχειακού κλάδου, την ικανότητα ανάκαμψης αυτού ακόμα και από ισχυρά χτυπήματα αλλά και την ανάγκη δημιουργίας μονάδων που θα προσελκύουν τουρισμό σε περιοχές πέραν των ήδη υπερχειλισμένων με τουρίστες, μονάδες με υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων.

3.1.6. Κύριες Αγορές & Τουριστικά Προϊόντα Ελλάδας

Κύριες Αγορές Ελλάδας

Όπως αναλύθηκε και παραπάνω, η Ελλάδα αποτελεί έναν από τις κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, προσελκύοντας εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο. Οι κύριες αγορές της Ελλάδας παραμένουν ιδιαίτερα σταθερές τα τελευταία χρόνια, με το 2022 να βρίσκει το 61% των αφίξεων να προέρχονται από χώρες της Ευρώπης, το 4% από την Βόρεια Αμερική και το λοιπό 35% από λοιπές χώρες. Αναλυτικότερα, πρώτες στην κατάταξη με μικρή διαφορά έρχονται το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία, με αφίξεις υπερδιπλάσιες των επόμενων χωρών, και ακολουθεί η Γαλλία, η Ιταλία, η Ρουμανία και οι ΗΠΑ.

Πίνακας 8: Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις ανά Χώρα Προέλευσης, 2022 (σε χιλ.)

Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις ανά Χώρα Προέλευσης, 2022 (σε χιλ.)	
Χώρες	2022
Ηνωμένο Βασίλειο	4.485
Γερμανία	4.352
Γαλλία	1.757
Ιταλία	1.413
Ρουμανία	1.379
ΗΠΑ	1.089
Ολλανδία	1.059
Αλβανία	859
Κύπρος	733
Αυστρία	613
Βέλγιο	502
Ελβετία	483
Σουηδία	428
Τσεχία	419

Πηγή: ΣΕΤΕ | Απολογισμός 2022, Μάιος 2023

Αναλύοντας, βέβαια την τις χώρες προέλευσης βάσει της μέσης διάρκειας παραμονής, η σχηματιζόμενη εικόνα αλλάζει μερικώς.

Πίνακας 9: Οι 10 Κυριότερες Χώρες Προέλευσης Βάσει της Μέσης Διάρκειας Παραμονής ανά Ταξίδι Μη Κατοίκων στην Ελλάδα, 2022

Οι 10 Κυριότερες Χώρες Προέλευσης Βάσει της Μέσης Διάρκειας Παραμονής ανά Ταξίδι Μη Κατοίκων στην Ελλάδα (2022)	
Χώρες	2022
Αυστραλία	13,0
Καναδάς	12,6
ΗΠΑ	11,2
Ρωσία	10,9
Γερμανία	10,0
Ελβετία	9,4
Ισπανία	9,4
Βέλγιο	9,3
Σουηδία	9,2
Κύπρος	9,1

Πηγή: ΣΕΤΕ | Απολογισμός 2022, Μάιος 2023

Στη συνέχεια, εξετάζοντας τον εισερχόμενο τουρισμό από το 2019 έως το 2022, οι χώρες της Ζώνης του Ευρώ σημείωσαν +4% αύξηση, οι χώρες της ΕΕ εκτός Ζώνης Ευρώ -27% μείωση και οι λοιπές χώρες -15% μείωση. Πιο συγκεκριμένα, οι χώρες με την μεγαλύτερη αύξηση στον αριθμό αφίξεων είναι το Ισραήλ (+44%), η Ολλανδία (+29%), το Ηνωμένο Βασίλειο (+28%) και η Γαλλία (+14%). Από την άλλη πλευρά, η μεγαλύτερη μείωση εντοπίζεται στις αφίξεις από την Ρωσία (-94%), την Αυστραλία (-67%), την Βουλγαρία (-53%) και την Τουρκία (-51%) (INSETE, Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2019-2022 – Προφίλ Αγορών, Αύγουστος 2023).

Σύμφωνα με το INSETE, προτεινόμενες αγορές-στόχοι για τον ελληνικό τουρισμό περιλαμβάνουν τις εδραιωμένες και ώριμες αγορές της Δυτικής Ευρώπης (π.χ. Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία), τις σημαντικές αγορές της Ανατολικής Ευρώπης με έμφαση στη Ρωσία, καθώς και τις αναδυόμενες αγορές όπως η Κίνα, η Ινδία και η Νότια Κορέα.

Κύρια Τουριστικά Προϊόντα Ελλάδας

Σε ό,τι αφορά τα τουριστικά προϊόντα της Ελλάδας, η ποικιλομορφία της, της έχει επιτρέψει την άνθιση πληθώρας εξ' αυτών, με πέντε από αυτά να παραμένουν διαχρονικά παρόντα και επικερδή.

Πρώτος στην κατάταξη έρχεται ο τουρισμός «ήλιου και θάλασσας», που έχει σημειώσει 9,4% αύξηση μεταξύ 2015-2019, με την Ελλάδα να αποτελεί τον τρίτο δημοφιλέστερο προορισμό παγκοσμίως, δεχόμενη το 7,4% του συνόλου των ταξιδιών. Η χώρα με τις εκτεταμένες ακτογραμμές και το εύκρατο μεσογειακό κλίμα υπήρξε εδώ και δεκαετίες στις κορυφαίες προτιμήσεις εκατομμυρίων τουριστών, με αποτέλεσμα ωστόσο τον υπερτουρισμό, την επίδραση στα παράκτια οικοσυστήματα και την έντονη εποχικότητα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι ταξιδιώτες, και κυρίως οι Millennials, αναζητούν πλέον μοναδικές εμπειρίες με πολιτιστικό περιεχόμενο, αντί της απλής χαλάρωσης στην παραλία και επιλέγουν ταξιδιωτικούς προορισμούς δίνοντας έμφαση στην βιωσιμότητα και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ακολουθεί ο ναυτικός τουρισμός, που σημείωσε αύξηση 6,2% μεταξύ 2015-2019, με την Ελλάδα να αποτελεί τον όγδοο προορισμό παγκοσμίως, με 2,3% του συνόλου των ταξιδιών. Η Ελλάδα με ευκολία αναρριχήθηκε σε αυτή την θέση λόγω των ακτογραμμών, των πολυπληθών νησιών και του ανεπτυγμένου δικτύου παραθαλάσσιων πόλεων της, αλλά παρά ταύτα υπάρχει μεγάλο περιθώριο περαιτέρω ανάπτυξης μέσω της δημιουργίας μαρίνων ως ολοκληρωμένων τουριστικών προορισμών, την παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας (περιλαμβανομένων των υποδομών για superyacht), την βιωσιμότητα και την εστίαση στην ψηφιακή τεχνολογία.

Σταθερή μορφή τουρισμού για την χώρα με την πλούσια ιστορία αναπόφευκτα αποτελεί και ο πολιτιστικός & θρησκευτικός τουρισμός, ο οποίος παρουσίασε αύξηση 6,3% μεταξύ 2015-2019, με την Ελλάδα να βρίσκεται στην 11^η θέση με 2,2% του συνόλου των ταξιδιών. Οι τουρίστες που προτιμούν αυτού του είδους τον τουρισμό επιλέγουν αυθεντικές εμπειρίες διαμονής, ενδιαφέρονται να ανακαλύψουν εις βάθος την επισκεπτόμενη περιοχή και επιζητούν προσωποποίηση και ευελιξία σχεδιασμού του ταξιδιού.

Στην επόμενη θέση βρίσκουμε το City Break που αυξήθηκε κατά 11,6% μεταξύ 2015-2019, με την Ελλάδα να δέχεται το 1% του συνόλου των ταξιδιών. Το μεγάλο εύρος πολιτιστικών και λοιπών δραστηριοτήτων, η εύκολη προσβασιμότητα και εσωτερική μετακίνηση αποτελούν βασικές προϋποθέσεις προσέλκυσης αυτού του είδους ταξιδιωτών. Βέβαια, για την αποφυγή

του υπερτουρισμού και του υπέρμετρου συνωστισμού, απαραίτητες είναι οι πρωτοβουλίες βιωσιμότητας και διαχείρισης των τουριστικών ροών.

Τέλος, ο τουρισμός MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions/Events), αυξήθηκε κατά 7,4% μεταξύ 2015-2019, με την Ελλάδα να δέχεται το 1,4% του συνόλου των ταξιδιών. Για την επιλογή αντίστοιχων προορισμών MICE, μεγάλη σημασία δίνεται στην ασφάλεια, την πολιτική σταθερότητα, την συμμετοχή σε επιλεγμένο πρόγραμμα προμηθευτών, την καλή προσβασιμότητα και τις τρέχουσες ανάγκες για τον τύπο τοποθεσίας. Βέβαια, οι μετά πανδημίας τάσεις όπως η τηλεργασία και η αποφυγή συνωστισμού πρόκειται να επηρεάσουν αρνητικά τον συγκεκριμένο τύπο ταξιδιού (*INSETE, Ελληνικός τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030, Προϊόντα και Αγορές, Δεκέμβριος 2021*).

Εάν συγκρίνουμε το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας σε κάθε κύριο τουριστικό προϊόν στις κορυφαίες αγορές εισερχόμενου τουρισμού της χώρας με το συνολικό μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στην παγκόσμια αγορά κάθε κύριου τουριστικού προϊόντος, παρατηρείται περιθώριο και ευκαιρία για αύξηση διείσδυσης στις εξής αγορές:

- Ρωσική αγορά (ήλιος και θάλασσα)
- Αγορά Β. Αμερικής (ήλιος και θάλασσα, MICE)
- Γερμανική αγορά (πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός)
- Γαλλική αγορά (MICE)

Στις παραπάνω περιπτώσεις το μερίδιο της χώρας στην εκάστοτε κατηγορία είναι χαμηλότερο από τον μέσο όρο της Ελλάδας για το ίδιο προϊόν και συνεπώς υπάρχει χώρος για ανάπτυξη.

Επιπλέον, η Ελλάδα διαθέτει μεγάλη διείσδυση σε αρκετές από τις χώρες που βρίσκονται μεταξύ των 10 μεγαλύτερων αγορών διεθνώς, αλλά σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης διακρίνονται, ειδικά μετά την πανδημία του κορονοϊού, στην Κίνα, τον Καναδά και την Νότια Κορέα, που βρίσκονται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως στα πέντε κύρια προϊόντα του ελληνικού τουρισμού (*ΣΕΤΕ, Απολογισμός 2022, Μάιος 2023*).

3.1.7. Αγορά Τουρισμού Πολυτελείας στον Κόσμο και την Ελλάδα

Αγορά Τουρισμού Πολυτελείας στον Κόσμο

Η παγκόσμια αγορά τουρισμού πολυτελείας ανήλθε στα \$1,37 τρις το 2023, με προβλέψεις να αγγίξει τα \$2,32 τρις έως το 2030, καθώς ο μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης υπολογίζεται στο 6,7% για το διάστημα 2024-2030. Κυρίαρχη θέση στην εν λόγω αγορά είχαν οι Baby Boomers (γεννημένοι μεταξύ 1946-1964), οι Millennials (γεννημένοι μεταξύ 1981-1996), και η γενιά X (γεννημένοι μεταξύ 1965-1980). Αυτό μπορεί να αποδοθεί αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος σε αυτές τις ηλικιακές ομάδες. Με έναν αυξανόμενο αριθμό ατόμων στο εργατικό δυναμικό, αυτές οι γενιές έχουν μια συνεχή πηγή εισοδήματος, που τους επιτρέπει να επιδοθούν σε πολυτελείς ταξιδιωτικές εμπειρίες. Το τμήμα των Baby Boomers (και ιδιαίτερα εκείνοι μεταξύ 50-65 ετών) κυριαρχεί στην παγκόσμια αγορά με μερίδιο 38,7% το 2023. Οι Baby Boomers έχουν το χρόνο, τον προϋπολογισμό και την επιθυμία να ταξιδεύουν και να επισκέπτονται πολλαπλούς περιπετειώδεις προορισμούς, γεγονός που αναμένεται να επιταχύνει την ανάπτυξη της αγοράς. Σύμφωνα με το AARP 2021 Travel Trends, στις ΗΠΑ, περίπου το 54% των Baby Boomers σχεδίαζαν να ταξιδέψουν το 2021, για τα οποία σχεδίαζαν να δαπανήσουν κατά μέσο όρο \$6.691, δηλαδή περίπου 20% έως 50% περισσότερα από τους ομολόγους τους της γενιάς X ή των Millennials.

Το τμήμα των Millennials εκτιμάται ότι θα αναπτυχθεί με τον ταχύτερο CAGR 7,2% από το 2024 έως το 2030. Οι Millennials έχουν νοοτροπία για την πολυτέλεια και την ουσιαστική κατανάλωσή της. Τείνουν να είναι πιο ανεξάρτητοι στις θρησκευτικές και πολιτικές τους απόψεις, είναι επιχειρηματίες σε πιο μεγάλο ποσοστό, είναι λιγότερο πιθανό να είναι παντρεμένοι και είναι πιο μορφωμένοι και προσανατολισμένοι στα ταξίδια από οποιαδήποτε άλλη γενιά. Αυτό μπορεί να τροφοδοτήσει την ανάπτυξη της αγοράς κατά την περίοδο πρόβλεψης.

Εικόνα 1: Τάσεις της Αγοράς Πολυτελών Ταξιδιών ανά περιοχή, 2024-2030



Πηγή: Grand View Research, *Luxury Travel Market Size, Share & Trends Analysis Report By Tour, By Age Group, By Region, And Segment Forecasts, 2024 – 2030, 2023*

Η Ευρώπη αναδεικνύεται ως η μεγαλύτερη περιφερειακή αγορά με μερίδιο 35,4% το 2023. Η αυξανόμενη ταξιδιωτική συνδεσιμότητα, σε συνδυασμό με την ταχεία διείσδυση του διαδικτύου υψηλής ταχύτητας, έχει καταστήσει ακόμη και τα πιο απομακρυσμένα μέρη της Ευρώπης πιο προσιτά στον ταξιδιώτη πολυτελείας. Η Ασία και ο Ειρηνικός αναμένεται να παρουσιάσουν την ταχύτερη ανάπτυξη μεταξύ 2024-2030 (*Grand View Research, Luxury Travel Market Size, Share & Trends Analysis Report By Tour, By Age Group, By Region, And Segment Forecasts, 2024 – 2030, 2023*).

Από το ευρύ τμήμα του πολυτελούς τουρισμού, η αγορά πολυτελών ξενοδοχείων εκτιμάται στα \$140,3 δις το 2023 με προοπτικές ανάπτυξης έως τα \$293,6 δις έως το 2030 (*Globe News Wire, Luxury Hotel Market to Worth USD 293.61 Billion by 2030, Ιούλιος 2023*). Να τονιστεί επίσης πως τα ξενοδοχεία πολυτελείας σε παγκόσμιο επίπεδο σημείωσαν ετήσια ποσοστά πληρότητας 66,7% το 2023 (*Globest, Retail and Hotel Performance Quietly Gaining Momentum, Δεκέμβριος 2023*), επιστρέφοντας δυναμικά από την πανδημική περίοδο.

Αγορά Τουρισμού Πολυτελείας στην Ελλάδα

Την τρίτη θέση μεταξύ των μεσογειακών προορισμών που ελκύουν τουρίστες πολυτελείας καταλαμβάνει η Ελλάδα σύμφωνα με μελέτη του SETE Intelligence του 2016. Διευκρινίζεται πως ως διακοπές πολυτελείας ορίζονται εκείνες όπου δαπανούνται περισσότερα των 750€ ανά διανυκτέρευση και άτομο, για παραμονή από 1 έως 3 νύχτες, ενώ για παραμονή μεγαλύτερη των 4 νυκτών η δαπάνη ανά διανυκτέρευση και άτομο ξεπερνάει τα 500€.

Το 2016, η Ελλάδα έλαβε περίπου 402 χιλιάδες τουρίστες πολυτελείας, που αποτέλεσαν το 1,4% του συνόλου των ταξιδιών στη χώρα. Οι παραπάνω επισκέπτες πραγματοποίησαν 2.171 χιλιάδες διανυκτερεύσεις, αντιστοιχώντας στο 1,1% του συνόλου διανυκτερεύσεων. Η συνολική δαπάνη τους άγγιξε τα €1,8 δισ., αντιπροσωπεύοντας το 13,7% του συνόλου των τουριστικών δαπανών. Το 44,3% των ταξιδιών, το 34,2% των διανυκτερεύσεων και το 31,5% των δαπανών προήλθε από Ευρωπαϊκές χώρες, ενώ το 55,7% των ταξιδιών, το 65,8% των διανυκτερεύσεων και το 68,3% των δαπανών από Μη Ευρωπαϊκές χώρες.

Η Ελλάδα αποτελεί τον 3^ο πιο δημοφιλή προορισμό πολυτελή τουρισμού για τις Ευρωπαϊκές αγορές και τον 4^ο πιο δημοφιλή προορισμό για τις Μη Ευρωπαϊκές αγορές.

Το 2016, οι κύριες ευρωπαϊκές αγορές για πολυτελείς διακοπές στην Ελλάδα ήταν η Γερμανία (39 χιλιάδες τουρίστες, αντιπροσωπεύοντας 22% των ευρωπαϊκών ταξιδιών, 22% των διανυκτερεύσεων και 21% της δαπάνης), η Γαλλία (37 χιλιάδες, 21% των ευρωπαϊκών ταξιδιών, 17% των διανυκτερεύσεων και 18% της δαπάνης) και το Ηνωμένο Βασίλειο (26 χιλιάδες, 15% των ευρωπαϊκών ταξιδιών, 15% των διανυκτερεύσεων και 16% της δαπάνης).

Από τις σημαντικότερες Μη Ευρωπαϊκές αγορές, ξεχωρίζουν οι Ηνωμένες Πολιτείες (88 χιλιάδες τουρίστες, 39% των Μη Ευρωπαϊκών ταξιδιών, 40% των διανυκτερεύσεων και 40% της δαπάνης), η Κίνα (54 χιλιάδες, 24% των Μη Ευρωπαϊκών ταξιδιών, 23% των διανυκτερεύσεων και 25% της δαπάνης) και η Ιαπωνία (8% των Μη Ευρωπαϊκών ταξιδιών, 7% των διανυκτερεύσεων και 7% της δαπάνης).

Αναφορικά με την δαπάνη ανά ταξίδι οι παρακάτω χώρες ξεχώρισαν σε ευρωπαϊκό και μη επίπεδο. Μεταξύ των Ευρωπαϊκών αγορών, η Ρωσία ήρθε στην πρώτη θέση με την υψηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι (4.345€), ακολουθούμενη από το Ηνωμένο Βασίλειο (3.586€), την Ελβετία (3.564€), τις Λοιπές Ευρωπαϊκές Χώρες (3.122€) και την Γερμανία (3.079€). Μεταξύ των Μη Ευρωπαϊκών αγορών, η Κίνα κατέλαβε την πρώτη θέση (5.679€), με τις ΗΠΑ (5.590€), τις Λοιπές Μη Ευρωπαϊκές χώρες (5.467€) και την Ιαπωνία (5.270€) να ακολουθούν.

Σε ό,τι αφορά τα λυπά ποιοτικά χαρακτηριστικά, οι Ευρωπαϊκές αγορές παρουσιάζουν πολλά κοινά στοιχεία. Πιο συγκεκριμένα, η πλειονότητα των επισκεπτών ήταν άνδρες, ανώτερου μορφωτικού και εισοδηματικού επιπέδου, οι οποίοι ταξίδεψαν με σύντροφο και προτίμησαν ξενοδοχεία 4*, με εξαίρεση την αγορά του Ην. Βασιλείου που προτίμησε τα ξενοδοχεία 5*. Η μέση διάρκεια παραμονής τους κυμαίνεται στις 1-3 νύκτες (εκτός της ρωσικής αγοράς που διέμεινε 4-7 νύχτες).

Από την άλλη, οι Μη Ευρωπαϊκές χώρες παρουσίασαν εξίσου κοινά στοιχεία. Η πλειονότητα των επισκεπτών ήταν άνδρες, ανώτερου μορφωτικού και εισοδηματικού επιπέδου, οι οποίοι ταξίδεψαν με τον σύντροφό τους, προτίμησαν τα ξενοδοχεία 4* (εκτός των ΗΠΑ που προτίμησαν τα ξενοδοχεία 5*) και διέμειναν 4-7 νύκτες.

Όλοι οι παραπάνω επισκέπτες, ανεξαρτήτως αγοράς προέλευσης, προχώρησαν κατά πλειοψηφία σε προκράτηση μέσω διαδικτύου ή ταξιδιωτικού πρακτορείου, με έμφαση στις ιστοσελίδες προορισμού και καταλύματος. Η κράτηση έγινε στην πληρότητά της σε προσωπικό υπολογιστή (*SETE Intelligence, Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016, Απρίλιος 2018*).

Κύρια Χαρακτηριστικά Τουριστών Πολυτελείας

Σύμφωνα με την έρευνα της International Luxury Travel Market ILTM (2011), οι τουρίστες πολυτελείας έχουν συγκεκριμένες και σαφείς επιθυμίες. Τα κύρια χαρακτηριστικά που αποζητούν σε κάθε ταξίδι είναι τα εξής:

- **Ιδιωτικότητα:** Ησυχία και διακριτικότητα
- **Εξατομίκευση:** Αίσθηση μοναδικότητας και διαφοροποιημένες υπηρεσίες
- **Απλότητα και τελειότητα:** Αλάνθαστη λειτουργία των υπηρεσιών, με την ποιότητα να επιζητείται σε κάθε επίπεδο διαδικασιών και ηρεμία χωρίς επίδειξη
- **Αυθεντικότητα:** Αύξηση επιθυμίας για εξωτικούς προορισμούς και αναζήτηση διαφορετικών τρόπων ζωής
- **Άνεση και ασφάλεια:** Βασικός κορμός των επιθυμιών τους που παραμένει अपαράλλακτος

Ένας άλλος τρόπος κατηγοριοποίησης των τουριστών πολυτελείας στηρίζεται στην αγοραστική τους δύναμη και καταλήγει στις εξής κατηγορίες:

- **Accessible Luxury Tourists:** Άτομα με καθαρό ετήσιο εισόδημα περί των \$100.000, έτοιμοι να κάνουν πολλές θυσίες για την πολυτέλεια. Ενδιαφέρονται κυρίως για συγκεκριμένους μαζικούς προορισμούς.
- **Aspiring Luxury Tourists:** Επιχειρηματίες με ετήσιο εισόδημα περί το \$1.000.000 που αποτελούν το 8-10% του πληθυσμού παγκοσμίως.
- **Absolute Luxury Tourists:** Άτομα υψηλών οικονομικών στρωμάτων με ετήσιο εισόδημα περί τα \$30.000.000.

Επιπλέον, ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον χαρακτηριστικό των τουριστών πολυτελείας προκύπτει από την ανάλυση των θεωριών κατανάλωσης κύρους (Status Consumption Theories). Σύμφωνα με τις παραπάνω, οι καταναλωτές με υψηλή ανάγκη για κύρος (Need For Status, NFS) παρουσιάζουν λιγότερο ευνοϊκή στάση απέναντι στα πολυτελή ξενοδοχεία και χαμηλότερη πιθανότητα να επιστρέψουν όταν μαθαίνουν ότι το ξενοδοχείο σχεδιάζει να εφαρμόσει προωθητικές ενέργειες τιμών μέσω εκπτώτικών ιστοσελίδων. Αντίθετα, οι πελάτες που έχουν χαμηλό επίπεδο NFS δεν επηρεάζονται από την παρουσία προωθητικών ενεργειών τιμών μέσω εκπτώτικών ιστοσελίδων.

Πιο συγκεκριμένα, οι NFS καταναλωτές τείνουν να σηματοδοτούν την κοινωνική τους θέση με επιδείξεις υλικής αφθονίας για να σηματοδοτήσουν πλούσια ταυτότητα. Κατά συνέπεια, παρουσιάζουν έντονα διαχωριστικά κίνητρα και να αποφεύγουν να επιλέγουν τα το ίδιο προϊόν που σχετίζεται με τους λιγότερο εύπορους καταναλωτές. Οι προσφορές τιμών μέσω εκπτώτικών ιστοτόπων αναπόφευκτα προκαλούν κρατήσεις από τους λιγότερο εύπορους, αλλάζοντας έτσι την σύνθεση του μείγματος επισκεπτών. Αποτρέπουν λοιπόν τους καταναλωτές με υψηλό NFS από το να το επιλέξουν καθότι το πολυτελές ξενοδοχείο δεν θα τους βοηθήσει πλέον να σηματοδοτήσουν την επιθυμητή ταυτότητα. Ως εκ τούτου, τα πολυτελή ξενοδοχεία που παραδοσιακά προσελκύουν καταναλωτές με υψηλό NFS πρέπει να γνωρίζουν ότι η χρήση προωθητικών ενεργειών τιμών μέσω εκπτώτικών ιστοσελίδων μπορεί να έχει αρνητική επίδραση στις αντιλήψεις των καταναλωτών για το ξενοδοχείο (*Wan Yang, Lu Zhang and Anna S. Mattila "Luxe for Less : How Do Consumers React to Luxury Hotel Price Promotions? The Moderating role of consumers' need for Status.", Cornell Hospitality Quarterly 57. 1, 2016*).

Επιπλέον, σε ό,τι αφορά το τρόπο που η κατηγορία αυτή τουριστών ταξιδεύει, έρευνα που έγινε το 2014 σε επαγγελματίες ταξιδιωτικών επιχειρήσεων κατέληξε ότι οι τουρίστες πολυτελείας σε ποσοστό 47% κλείνουν περισσότερα από 4 ταξίδια το χρόνο ενώ το 31% των

τουριστών πολυτελείας οργανώνει 2-3 ταξίδια το χρόνο, 11% εκ του συνόλου των παραπάνω τον Αύγουστο και 14% των Δεκεμβρίου. Το 46% προτιμά τις διακοπές που διαρκούν 10 ημέρες και το 30% τις διακοπές που διαρκούν πάνω από 2 εβδομάδες. Επίσης, το 27% ξοδεύει μεταξύ 2.000-5.000€ ανά ταξίδι, το 54% 5.000-10.000€ και το 18% περισσότερα από 10.000€. Το 54% οργανώνει τα ταξίδια του 14 ημέρες έως 2 μήνες πριν και το 32% 3 έως 6 μήνες νωρίτερα. Ακόμα, το 68% των ταξιδιωτών πολυτελείας είναι μεταξύ 36 έως 55 ετών, το 30% είναι άνω των 55 ετών και το 2% είναι κάτω των 35 ετών (*Pangaea Network, 4th edition luxury travel trends march, 2014*).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης έρευνα του 2023 με δεδομένα που συλλέχθηκαν στις ΗΠΑ (*Affluent Consumer Research CO, Who is the 2023 High Luxury Traveler? An in-depth buyer persona for Luxury Hotels, Σεπτέμβριος 2023*). Σύμφωνα με αυτή, το προφίλ των ταξιδιωτών υψηλής πολυτέλειας αποτελείται κατά 81% από άτομα κάτω των 45 ετών και συγκεκριμένα το 47% είναι μεταξύ 30-39 ετών, το 43% είναι 40-49 ετών και μόλις το 4% είναι άνω των 50. Το 76% είναι άντρες, ανώτερου μορφωτικού επιπέδου (75% έχει μεταπτυχιακό ή ανώτερη εκπαίδευση), έχουν διοικητικές θέσεις κατά 44%. Σημειώνουν, ακόμα, πως οι 5 κορυφαίες προσωπικές αξίες των ταξιδιωτών υψηλής πολυτέλειας είναι:

- Η επίτευξη θετικής και διαρκούς αλλαγής για τον κόσμο (52%)
- Υγιεινές επιλογές στη διατροφή και την άσκηση (50%)
- Εργασία για την επίτευξη μελλοντικών στόχων (50%)
- Δημιουργία μόνιμου πλούτου για την οικογένειά τους (46%)
- Προσωπική ανάπτυξη των μελών της οικογένειας/φίλων (45%)

ενώ οι 5 κορυφαίες προτιμήσεις που διακρίνουν τον ταξιδιώτη υψηλής πολυτέλειας από τον μέσο πλούσιο ταξιδιώτη είναι οι εξής:

- Φιλικόί καλεσμένοι (50%)
- Επιλογή βιβλίων και περιοδικών στο δωμάτιο (29%)
- Η δέσμευση του ξενοδοχείου για βιωσιμότητα (24%)
- Το ξενοδοχείο έχει επίγνωση του ξενοδοχείου για τις περιβαλλοντικές του επιπτώσεις (21%)
- Αποκλειστική πρόσβαση σε ειδικές εκδηλώσεις (19%)

Συνολικά, η παγκόσμια αγορά πολυτελών ταξιδιών ενδεχομένως να μην είναι απόλυτα ομοιογενής αλλά μοιράζεται πολλαπλά κοινά στοιχεία, επεκτείνεται σημαντικά και παρουσιάζει πολλά υποσχόμενες ευκαιρίες για επενδύσεις τα επόμενα χρόνια. Με έμφαση

στην παροχή εξαιρετικών εμπειριών, τα πολυτελή ταξίδια συνεχίζουν να γοητεύουν τους απαιτητικούς ταξιδιώτες παγκοσμίως και να αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων για τις χώρες υποδοχής.

3.1.8. Η πανδημία Covid-19 και ο Ελληνικός Τουρισμός

Η πανδημία COVID-19 είχε σεισμικό αντίκτυπο στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, αφήνοντας προορισμούς σε όλο τον κόσμο να υποφέρουν από την κατακόρυφη πτώση των επισκεπτών και την οικονομική ύφεση. Η Ελλάδα, εξαρτώμενη σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό, δεν αποτέλεσε εξαίρεση. Το 2020, η χώρα είδε μια πρωτοφανή πτώση 76% στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, σε πλήρη αντίθεση με το ρεκόρ των 34 εκατομμυρίων επισκεπτών το 2019. Αυτή η δραματική μείωση αποτέλεσε σκληρό πλήγμα σε έναν τομέα που συνεισφέρει περίπου το 20% του ΑΕΠ της Ελλάδας (*INSETE, Ο τουρισμός στην Ελλάδα και στους κύριους ανταγωνιστικούς προορισμούς, 2017-2021, Φεβρουάριος 2023*).

Ωστόσο, η αντίδραση της Ελλάδας στην κρίση, σε συνδυασμό με τα φυσικά και πολιτιστικά της αξιοθέατα, την κατέστησε μια αξιοσημείωτη περίπτωση ανάκαμψης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή) για το 2022, η Ελλάδα δέχτηκε μόνο 8% λιγότερες διεθνείς τουριστικές αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου σε σύγκριση με το 2019 και 203% περισσότερες σε σχέση με το 2020, σηματοδοτώντας μια αξιοσημείωτη ανάκαμψη του τουρισμού (*ΕΛΣΤΑΤ, Infographics, 2019-2022*). Η ανάκαμψη αυτή ξεπερνά τον μέσο όρο της ανάκαμψης του ευρωπαϊκού τουρισμού, που ήταν περίπου 30%, και υπογραμμίζει την ευελιξία και την ελκυστικότητα της Ελλάδας ως μεταπανδημικού προορισμού. Να τονιστεί επίσης η συνέχιση της εντυπωσιακής ανάκαμψης της χώρας, καθότι τον Αύγουστο του 2022 κατέγραψε τη μεγαλύτερη πληρότητα ξενοδοχείων και καταλυμάτων των τελευταίων 14 ετών, ξεπερνώντας τα ποσοστά πολλαπλών μηνών του 2019. Τα επίπεδα πληρότητας ανέβηκαν και στην υπόλοιπη Ευρώπη, μη καταφέροντας όμως να ξεπεράσουν κανένα μήνα του 2019 (*New Money, Ανακάμπτει στο 95% ο τουρισμός στην ΕΕ το 2022 – Πού βρίσκεται η Ελλάδα, Μάρτιος 2023*). Σε παγκόσμια κλίμακα, η επιστροφή της Ελλάδας στον τουρισμό είναι επίσης αξιόπαινη, καθώς αντανakλά την ικανότητα της χώρας να αποκαθιστά την εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών, προσφέροντας παράλληλα τις συναρπαστικές εμπειρίες που την καθιστούν αιώνια αγαπημένη των τουριστών παγκοσμίως.

3.1.9. Προβλέψεις Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουριστικός κλάδος δεν δείχνει σημάδια επιβράδυνσης, ανακάμπτοντας ταχύτατα από τις κοινωνικοοικονομικές κρίσεις των τελευταίων δεκαετιών, και δίνοντας έμφαση στην ανανέωση και στην εξέλιξή του. Σε παρόμοιο ρυθμό, σύμφωνα με έρευνες του FMI του 2022, η ελληνική τουριστική αγορά αναμένεται έως το 2032 να αυξηθεί με ετήσιο ρυθμό ύψους 7,5% (υψηλότερο από εκείνο της παγκόσμιας αγοράς στο 5%) και να φτάσει τα \$548 εκατομμύρια από τα \$265 εκ. το 2032 (*Future Market Insights, Greece Tourism Market Outlook (2022 to 2032), Δεκέμβριος 2022*). Σε αντίστοιχα πλαίσια κινούνται και τα Σχέδια Δράσης του ΙΝΣΕΤΕ (*ΙΝΣΕΤΕ, Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030, Εθνικό Σχέδιο Δράσης, 2021*) και του Παγκόσμιου Συμβουλίου για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό όπως φαίνεται παρακάτω:

Πίνακας 10: Προβλέψεις Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα, 2019-2030

Προβλέψεις Τουριστικού Προϊόντος στην Ελλάδα, 2019-2030			
Σύνολο χώρας	2019	στόχος 2030	%Δ
Επισκέψεις	39.300.819	50.000.000	27,2%
Διανυκτερεύσεις	232.463.747	306.642.424	31,9%
Έσοδα (€)	17.679.915.651	26.949.797.525	52,4%
Μέση Διάρκεια Παραμονής (διανυκτερεύσεις)	5,9	6,1	3,7%
Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (€)	76,1	87,9	15,6%
Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη (€)	449,9	539	19,8%

Πηγή: Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030, Εθνικό Σχέδιο Δράσης, 2021

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό (WTTC) του 2018, μέχρι το 2028 ο τουριστικός τομέας θα συνεισφέρει κατά 3,7% περισσότερο στο ΑΕΠ της Ελλάδας κάθε χρονιά, αναμένοντας να φτάσει τα € 52,8 δις το 2028. Προβλέπει επιπλέον πως οι θέσεις απασχόλησης που συνδέονται με τον τουρισμό θα αυξάνονται κατά 2,5% ετησίως με αποτέλεσμα να φτάσουν τις 1.266.000 (28,5% του συνόλου) και οι επενδύσεις με ετήσιο ρυθμό 5,5% έως το 2028 (*Euro2day, WTTC: Από τον τουρισμό σχεδόν 25% του ΑΕΠ της Ελλάδας το 2028, Απρίλιος 2018*).

Τις παραπάνω τάσεις επιβεβαίωση και η ύστερη έρευνα του WTTC το 2023, σύμφωνα με την οποία η συνεισφορά του ΑΕΠ πρόκειται να ξεπεράσει τα €57 δις έως το 2033 και οι θέσεις εργασίας το 1 εκατομμύριο (*Money Tourism, WTTC: Ο ελληνικός Τουρισμός πλησιάζει στην πλήρη ανάκαμψή του εφέτος, Πάνω από 57 δις. € η συνεισφορά του στο ΑΕΠ το 2033, Ιούνιος 2023*).

Παρότι δεν έλαβε η ολότητα των ερευνών χώρα στην μετά-πανδημική εποχή, τα αποτελέσματα και οι τάσεις συνάδουν μεταξύ τους αλλά και με τα συμπεράσματα νωρίτερα στην παρούσα έρευνα. Η χώρα αναρρώνει σε ταχύτατους ρυθμούς, έχοντας πλέον σχεδόν επιστρέψει στην κανονικότητα.

3.1.10. Ανάλυση PEST

Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον

Το πολιτικό πεδίο στην Ελλάδα μπορεί να χαρακτηριστεί ως εξαιρετικά ασταθές. Η εν λόγω κυβερνητική αστάθεια αποτελεί τροχοπέδη στην δημιουργία και εφαρμογή μιας ενιαίας και σταθερής πολιτικής σε βασικούς κρατικούς άξονες, δυσχεραίνοντας την επίτευξη των επιμέρους στόχων, όπως η δημιουργία ενός σταθερού επενδυτικού περιβάλλοντος.

Η διαφθορά στην χώρα εξακολουθεί να αποτελεί πρόβλημα, με την Ελλάδα να κατατάσσεται στην 52^η θέση σε ό,τι αφορά τον Δείκτη Αντίληψης Διαφθοράς της Διεθνούς Διαφάνειας, επηρεάζοντας τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και τις ξένες επενδύσεις. Η διαφθορά, συμπεριλαμβανομένης της φοροδιαφυγής και της εν γένει αδιαφάνειας, έχει οδηγήσει σε σημαντικά μη εισπραχθέντα φορολογικά έσοδα, επιβαρύνοντας περαιτέρω την οικονομική κατάσταση της χώρας (*Transparency International, Corruption Perceptions Index 2022, Ιανουάριος 2023*).

Σε γεωπολιτικό επίπεδο, η Ελλάδα θεωρείται ασφαλής χώρα καθότι δεν έχει γίνει δέκτης τρομοκρατικών επιθέσεων ή ακραίων εξτρεμιστικών εκδηλώσεων, όπως πολλές όμορες και γειτονικές χώρες της Ευρώπης.

Επιπλέον, η Ελλάδα είναι μέλος του χώρου Σένγκεν, μιας ομάδας ευρωπαϊκών χωρών μέσω των οποίων οι κάτοικοι μπορούν να ταξιδεύουν ελεύθερα, χωρίς να χρειάζεται να περάσουν από διαβατήριο ή άλλους συνοριακούς ελέγχους. Το παραπάνω διευκολύνει κατ' επέκταση την είσοδο και έξοδο των τουριστών.

Ακόμα, ως κράτος-μέλος της ΕΕ, η Ελλάδα πρέπει να συμμορφώνεται με τους ενωσιακούς κανονισμούς και πολιτικές, όπως η δασμολογική αναπροσαρμογή ή οι ρυθμίσεις κυκλοφορίας αγαθών, επηρεάζοντας την πολιτική της κυριαρχία και συχνά εντείνοντας την εξάρτησή της από άλλα κράτη σε τομείς όπως το διεθνές εμπόριο. Φυσικά, πέρα από τυχόν περιορισμούς που μπορεί να προκύπτουν, η ΕΕ παρέχει σε ένα επίπεδο στήριξη και ασφάλεια στην χώρα.

Οικονομικό Περιβάλλον

Αναλύοντας την παρούσα οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, αναφορά επιβάλλεται να γίνει στην κρίση χρέους του 2008-2009 που οδήγησε στην κατάρρευση της εμπιστοσύνης των πολιτών προς το κράτος και τους ευρωπαϊκούς θεσμούς αλλά και της εμπιστοσύνης των παγκόσμιων επενδυτών, ύφεση από την οποία μόλις τώρα αναρρώνουμε.

Το ΑΕΠ κατέγραψε μια αξιόλογη αύξηση της τάξης του 7,6% το 2023 σε σχέση με το 2022. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του 2024, προβλέπεται να επιστρέψει σε επίπεδα 2009, εμφανίζοντας ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά ανάπτυξης στην Ευρώπη (*Ναυτεμπορική, Το 2024 η Ελλάδα θα φτάσει το ΑΕΠ του 2009, Οκτώβριος 2023*). Ακόμα, το δημόσιο χρέος της χώρας μειώθηκε στο 166,5% του ΑΕΠ κατά το 2023, με την Ελλάδα να έχει το υψηλότερο χρέος στην ΕΕ (*Eurostat, Government debt down to 90.3% of GDP in euro area, Οκτώβριος 2023*).

Ως άμεση συνέπεια της οικονομικής κρίσης, η Ελλάδα είχε ποσοστό ανεργίας 10.9% (προσαρμοσμένο στην εποχικότητα) τον Αύγουστο του 2023, υψηλότερο του μέσου όρου της ΕΕ, που ανερχόταν στο 6.4% το ίδιο χρονικό διάστημα. Το παραπάνω ποσοστό, αποτελεί ένα από τα χαμηλότερα των τελευταίων 15 ετών, αλλά παρά ταύτα ξεπερνά τον ευρωπαϊκό μέσο όρο και επηρεάζει άμεσα την οικονομία (*Trading Economics, Greece Unemployment Rate, 2024*).

Αναγκαία είναι επίσης η αναφορά στον αντίκτυπο των τιμών της ενέργειας και άλλων πρώτων υλών στα επίπεδα πληθωρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία δύο χρόνια, κυρίως ως συνέπεια της εξάρτησής της από εισαγωγές ενεργειακών και μη αγαθών (*Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, Ειδικό Θέμα: Πληθωρισμός – Ενδείξεις αποκλιμάκωσης και προοπτικές για το 2023, 2023*). Επιπλέον, το κόστος χρήματος, όπως αποτυπώνεται στα επιτόκια, παρουσιάζει συνεχή άνοδο αποθαρρύνοντας τη λήψη νέων χρηματοδοτήσεων από επιχειρήσεις και νοικοκυριά (*Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, «Αυξήσαμε τα επιτόκια. Τι σημαίνει αυτό για εσάς;», Σεπτέμβριος 2022*).

Η παραπάνω αστάθεια αποτυπώνεται και στην αξιολόγηση των διεθνών οίκων, οι οποίοι βαθμολογούν την Ελλάδα με BBB-, τοποθετώντας την μετά από πολλές βαλκανικές και ευρωπαϊκές χώρες. Πάρα ταύτα, η χώρα δέχτηκε αναβάθμιση τον περασμένο Δεκέμβριο από τον οίκο Fitch (*Fitch Ratings, Fitch Upgrades Greece to 'BBB-'; Outlook Stable, Δεκέμβριος 2023*) και S&P Global (*Bloomberg, Greece Returned to Investment Grade by S&P After Over a Decade, Οκτώβριος 2023*), που την πήγαν από BB+ σε BBB-.

Κοινωνικό Περιβάλλον

Η Ελλάδα διαθέτει μια πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά που καλύπτει χιλιετίες. Αυτός ο πολιτιστικός πλούτος συμβάλλει σημαντικά στην ταυτότητα της χώρας και στην ελκυστικότητά της ως τουριστικού προορισμού. Η χώρα χαρακτηρίζεται επίσης από την πολυπολιτισμικότητά της και τη γενική αποδοχή των διαφορετικών πολιτισμών και καταβολών. Ωστόσο, πρόβλημα αποτελεί η γήρανση του πληθυσμού που δημιουργεί προκλήσεις όπως οι αυξημένες απαιτήσεις υγειονομικής περίθαλψης και οι συνταξιοδοτικές υποχρεώσεις.

Από την άλλη, η Ελλάδα διατηρεί υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, με αρκετά πανεπιστήμια υψηλού κύρους που συμβάλλουν στη φήμη της χώρας ως ακαδημαϊκού κόμβου. Επιπλέον, η θρησκεία διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην ελληνική κοινωνία, με την Ελληνορθόδοξη Εκκλησία να αποτελεί εξέχοντα θεσμό που επηρεάζει τόσο τις κοινωνικές όσο και τις πολιτικές πτυχές της ζωής.

Τέλος, η ύπαρξη οικονομικών ανισοτήτων, το υψηλό ποσοστό ανεργίας και οι αναταραχές που αφορούν το μεταναστευτικό, δημιουργούν κοινωνικές ανισότητες και συχνά γίνονται πηγή εντάσεων.

Τεχνολογικό Περιβάλλον

Η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα στη βελτίωση της ψηφιακής υποδομής της. Υπάρχει ευρεία πρόσβαση σε διαδίκτυο υψηλής ταχύτητας, με το δίκτυο 5G να επεκτείνεται σε όλο και περισσότερες περιοχές της χώρας, γεγονός ιδιαίτερα ελκυστικό για τους ψηφιακούς νομάδες και τις νεοφυείς τεχνολογικές επιχειρήσεις. Η διαθεσιμότητα ισχυρής συνδεσιμότητας στο διαδίκτυο 5G (5^η παγκοσμίως) έχει μετατρέψει την Ελλάδα σε ευνοϊκό προορισμό για απομακρυσμένη εργασία και επιχειρηματικότητα. Αναδύονται χώροι συνεργασίας και τεχνολογικοί κόμβοι, ενισχύοντας περαιτέρω το τεχνολογικό οικοσύστημα (*Οικονομικός Ταχυδρόμος, 5G: Η Ελλάδα στο «Top 5» της Ευρώπης, Μάρτιος 2023*). Επιπλέον,

η επένδυση της Ελλάδας στην τεχνολογία 5G πρόκειται να δημιουργήσει περισσότερες ευκαιρίες για καινοτομία.

Επιπρόσθετα, η χώρα αγκαλιάζει όλο και περισσότερο τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, όπως η ηλιακή και η αιολική. Οι πρωτοβουλίες αυτές ευθυγραμμίζονται με τις παγκόσμιες προσπάθειες για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, δημιουργώντας ευκαιρίες για καινοτομίες στον τομέα της πράσινης τεχνολογίας αλλά και προσελκύοντας επιχειρηματίες και επενδυτές με οικολογική συνείδηση. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα ανήλθε στην 7^η θέση παγκοσμίως ως προς την διείσδυση των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στην παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας το 2022 (*Οικονομικός Ταχυδρόμος, Ενέργεια: Η Ελλάδα εκ των ηγέτιδων στη διείσδυση των ΑΠΕ στο ενεργειακό μείγμα, Απρίλιος 2023*).

Τέλος, το πρόγραμμα Golden Visa της Ελλάδας έχει σημαντικό αντίκτυπο στον τομέα της τεχνολογίας. Προσελκύει ξένους επενδυτές (στην περίπτωση της Ελλάδας κυρίως Κινέζους, Τούρκους, Ισραηλινούς και Ιρανούς) προσφέροντας διαμονή ή υπηκοότητα σε αντάλλαγμα για επενδύσεις (από 250.000€), που συχνά οδηγούν σε συνεισφορές σε τεχνολογικές νεοφυείς επιχειρήσεις ή καινοτόμα έργα (*Get Golden Visa, Greece Golden Visa : The Ultimate Guide 2024, Φεβρουάριος 2024*). Αυτή η εισροή κεφαλαίων και ταλέντων έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει την τεχνολογική πρόοδο στη χώρα αλλά από την άλλη όμως μειώνει δραστικά το ποσοστό ιδιοκατοίκησης και εντείνει την στεγαστική κρίση (*Lifo, Η Golden Visa, η ιδιοκατοίκηση και η στεγαστική κρίση, Δεκέμβριος 2023*).

3.2. Ανάλυση Εγχώριας Αγοράς

Η ανάλυση της εγχώριας αγοράς στη δεδομένη έρευνα θα ξεκινήσει από την Περιφέρεια Πελοποννήσου, καθότι το επενδυτικό σχέδιο έχει ήδη αποφασιστεί να λάβει υπόσταση στην Πύλο της Μεσσηνίας, τμήμα της νοτιοδυτικής Πελοποννήσου. Στις επόμενες υποενότητες θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση της αγοράς της Περιφέρειας Πελοποννήσου και της ενότητας Μεσσηνίας αλλά και του Δήμου Πύλου-Νέστορος όπου πρόκειται να λάβει χώρα η επένδυση. Στόχος είναι η πληρέστερη κατανόηση των χαρακτηριστικών και των τάσεων του τουριστικού τομέα της περιοχής, για την ορθότερη σκιαγράφηση των ιδανικών χαρακτηριστικών και τακτικών της ξενοδοχειακής μονάδας. Τα δεδομένα αντλούνται από τις ετήσιες εκθέσεις ανταγωνιστικότητας στον τομέα του τουρισμού για τα έτη 2012-2022.

3.2.1. Περιφέρεια Πελοποννήσου

Η περιφέρεια διαιρείται σε 5 Περιφερειακές Ενότητες:

1. Ενότητα Αργολίδος
2. Ενότητα Αρκαδίας
3. Ενότητα Κορινθίας
4. Ενότητα Λακωνίας
5. Ενότητα Μεσσηνίας

Η συνολική της έκταση ανέρχεται στα 15,5 χιλιάδες τετραγωνικά χιλιόμετρα, καλύπτοντας το 11,7% της συνολικής έκτασης της Ελλάδας και καθιστώντας τη την 3^η μεγαλύτερη σε έκταση περιφέρεια της χώρας. Το κλίμα της περιοχής χαρακτηρίζεται από θερμό και παρατεταμένα ξηρό καλοκαίρι, με ήπιο και βροχερό χειμώνα. Διαθέτει πλούσια βιοποικιλότητα σε επίπεδο χλωρίδας όσο και πανίδας.

Η Περιφερειακή Ενότητα της Περιφέρειας Πελοποννήσου στην οποία θα επικεντρωθούμε στο παρόν κεφάλαιο είναι η Μεσσηνία. Η Ενότητα Μεσσηνίας, με έκταση 2,9 τετραγωνικών χιλιομέτρων, εντοπίζεται στο νοτιοδυτικό άκρο της Πελοποννήσου και αποτελεί την πιο πεδινή ενότητα της Πελοποννήσου. Η πόλη της Καλαμάτας αποτελεί την πρωτεύουσα της ενότητας και εκεί βρίσκεται το μοναδικό αεροδρόμιο της Περιφέρειας, «Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος». Η Μεσσηνία αντιπροσωπεύει το 27% του πληθυσμού της περιφέρειας.

Σε ό,τι αφορά την Πελοπόννησο στο σύνολό της, είναι γνωστό ευρέως ότι αποτελεί έναν τόπο πλούσιο σε ιστορία, φιλοξενώντας αρχαία θαυμαστά έργα όπως την Επίδαυρο και την Ολυμπία. Διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην αρχαιότητα με κεντρική στρατηγική θέση και διατήρησε την ελληνική παράδοση κατά την Βυζαντινή περίοδο. Αντιμετώπισε πολλές προκλήσεις κατά τη διάρκεια της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας και αποτέλεσε επίκεντρο του Ελληνικού Αγώνα κατά την επανάσταση του 1821.

Σήμερα, η Πελοπόννησος αναδεικνύει την πλούσια κληρονομιά της με μοναδικές παραδόσεις, γαστρονομία και αξιοθέατα. Οι παραθαλάσσιες της πόλεις, όπως Ναύπλιο και Καλαμάτα, προσφέρουν εμπειρίες πλούσιες σε κουλτούρα και φυσική ομορφιά. Οι παραδοσιακές της κοινότητες, όπως η Μονεμβασιά, διατηρούν ζωντανή την ιστορία. Η Πελοπόννησος, συνδυάζοντας παρελθόν και παρόν, ενεργοποιεί και μαγνητίζει τον σύγχρονο επισκέπτη.

Μακροοικονομικά στοιχεία

Αναλύοντας την Περιφέρεια Πελοποννήσου από μακροοικονομική σκοπιά, παρατηρούμε ότι συγκεντρώνει το 6% του ΑΕΠ της Ελλάδας και το 3% των εσόδων εισερχόμενου τουρισμού, με έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης. Μεταξύ 2015-2019 σημειώθηκε 5% αύξηση του ΑΕΠ. Πέρα από την ανοδική πορεία του μέχρι και πριν τον κορονοϊό που έφερε την Πελοπόννησο στην 6^η θέση μεταξύ των 13 Περιφερειών της χώρας, σημείωσε ένα από τα μικρότερα ποσοστά πτώσης κατά την διάρκεια της πανδημίας, μόλις -4%, όπως διαφαίνεται στα παρακάτω διαγράμματα (Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023).

Πίνακας 11: Συμβολή του Τουρισμού ανά Περιφέρεια, 2022

Συμβολή του Τουρισμού ανά Περιφέρεια (2022)				
Περιφέρεια	Κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού (%)	Αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2022 (σε εκ. €)	ΑΕΠ Περιφερειών 2022 (σε εκ. €)	Ποσοστό ΑΕΠ στο οποίο αντιστοιχεί η τουριστική δαπάνη
Ν. Αιγαίο	27%	6.522	6.372	102%
Κρήτη	21%	5.073	9.908	51%
Αττική	17%	3.948	99.349	4%
Ιόνια Νησιά	15%	3.614	3.293	110%
Κεντ. Μακεδονία	9%	2.094	28.368	7%
Πελοπόννησος	3%	628	9.659	6%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	2%	508	8.187	6%
Ήπειρος	2%	361	4.635	8%
Θεσσαλία	1%	320	10.907	3%
Δυτ. Ελλάδα	1%	306	9.480	3%
Στερεά Ελλάδα	1%	301	10.688	3%
Β. Αιγαίο	1%	173	2.931	6%
Δυτ. Μακεδονία	0%	67	4.253	2%
Σύνολο Χώρας	100%	23.914	208.030	11,5%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

Πίνακας 12: ΑΕΠ Περιφερειών της Ελλάδας, 2015-2020 (σε εκατ. €)

ΑΕΠ Περιφερειών της Ελλάδας, 2015-2020 (σε εκατ. €)								
Περιφέρεια	2015	2016	2017	2018	2019	2020	%Δ 2015-2019	%Δ 2015-2020
Αττικής	83.617	83.007	84.535	85.688	87.642	78.993	5%	-6%
Κεντρικής Μακεδονίας	23.817	23.801	24.037	24.601	24.990	22.556	5%	-5%
Θεσσαλίας	8.988	8.843	8.918	9.081	9.365	8.672	4%	-4%
Στερεάς Ελλάδας	8.027	8.136	8.313	8.434	8.616	8.498	7%	-6%
Κρήτης	8.826	8.606	8.824	9.013	9.212	7.878	4%	-11%
Πελοποννήσου	7.972	7.934	8.060	8.056	8.343	7.680	5%	-4%
Δυτικής Ελλάδας	8.034	7.832	7.838	7.948	8.115	7.538	1%	-6%
Αν. Μακεδονίας & Θράκης	6.786	6.808	6.807	6.888	6.976	6.509	3%	-4%
Νότιου Αιγαίου	6.088	5.855	5.920	6.134	6.339	5.066	4%	-17%
Ηπείρου	3.929	3.892	3.870	3.935	4.034	3.685	3%	-6%
Δυτικής Μακεδονίας	4.705	4.313	4.298	4.159	3.896	3.381	-17%	-28%
Ιονίων Νήσων	3.086	3.034	3.050	3.155	3.265	2.619	6%	-15%
Βορείου Αιγαίου	2.495	2.433	2.433	2.467	2.558	2.331	3%	-7%
Ελλάδα	176.369	174.494	176.903	179.558	183.351	165.406	4%	-6%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020, Δεκέμβριος 2021

Επιπλέον, παρατηρούμε την ανοδική πορεία εντός της Περιφέρειας Πελοποννήσου, καθώς όλες οι Περιφερειακές Ενότητες σημείωσαν αύξηση. Πάρα ταύτα η Μεσσηνία σημείωσε και την πιο έντονη μείωση του ΑΕΠ το 2020 πιθανώς λόγω της μεγαλύτερης εξάρτησής της από τον τουρισμό.

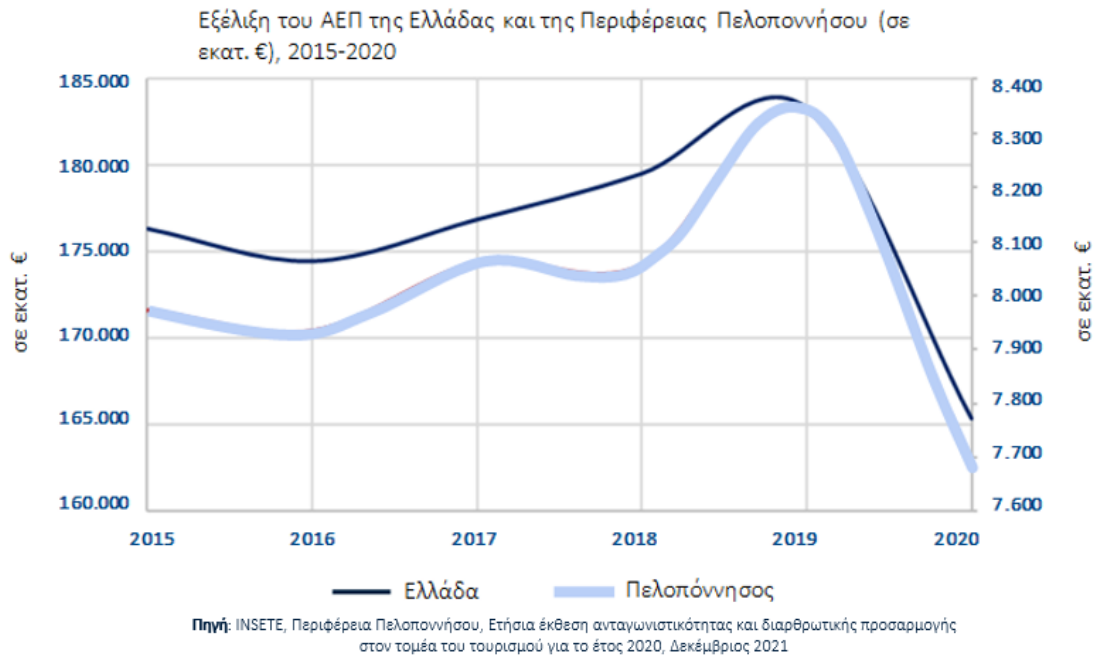
Πίνακας 13: ΑΕΠ της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2015-2020 (σε εκατ. €)

ΑΕΠ της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2015-2020 (σε εκατ. €)								
Ενότητα	2015	2016	2017	2018	2019	2020	%Δ 2015-2019	%Δ 2015-2020
Κορινθίας	1.937	2.000	1.998	2.019	2.087	1.942	8%	0%
Μεσσηνίας	1.981	1.960	1.983	1.979	2.031	1.844	3%	-7%
Αρκαδίας	1.476	1.470	1.506	1.474	1.548	1.443	5%	-2%
Αργολίδας	1.446	1.424	1.444	1.451	1.498	1.382	4%	-4%
Λακωνίας	1.132	1.080	1.129	1.133	1.180	1.069	4%	-6%
Πελοπόννησος	7.972	7.934	8.060	8.056	8.343	7.680	5%	-4%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020, Δεκέμβριος 2021

Σε ό,τι αφορά την εξέλιξη του ΑΕΠ της Περιφέρειας Πελοποννήσου συγκριτικά με το ΑΕΠ της Ελλάδας, γίνεται φανερό ότι η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής ήταν χαμηλότερη σε σχέση με το μέσο όρο της χώρας, με την κατάσταση να αλλάζει μετά το 2019, και την Περιφέρεια να ξεπερνά το μέσο όρο.

Διάγραμμα 3: Εξέλιξη του ΑΕΠ της Ελλάδας και της Περιφέρειας Πελοποννήσου 2015-2020 (σε εκατ.€)



3.2.2. Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Περιφέρεια Πελοποννήσου

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου αντιπροσωπεύει το 7% των μονάδων, το 4% των δωματίων και το 4% των κλινών της χώρας. Συνολικά διαθέτει 678 μονάδες με 19.867 δωμάτια και 39.823 κλίνες. Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το γεγονός ότι παρά την έντονη επίδραση του κορονοϊού στην Περιφέρεια, ο συνολικός αριθμός των ξενοδοχειακών κλινών αυξήθηκε κατά 482 από το 2021, παρά το γεγονός ότι τα ξενοδοχεία μειώθηκαν κατά τρία (Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023).

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε αναλυτικά την κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού ανά Περιφέρεια της Ελλάδας. Επικεντρωνόμενοι στην Περιφέρεια Πελοποννήσου βλέπουμε πως από τις 678 μονάδες, το 5% είναι 5*, το 21% είναι 4*, το 34% είναι 3*, το 31% είναι 2* και το 9% είναι 1*.

Πίνακας 14: Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2022

Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ανά Περιφέρεια (2022)							
Περιφέρεια		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	274	457	586	754	185	2.256
	Δωμάτια	34.672	38.238	21.036	18.998	2.816	115.760
	Κλίνες	72.769	77.820	41.382	36.412	5.551	233.934
Κρήτη	Μονάδες	159	351	425	546	169	1.650
	Δωμάτια	25.973	33.638	18.259	17.636	3.992	99.498
	Κλίνες	55.266	66.848	34.553	31.560	7.752	195.979
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	71	177	276	415	72	1.011
	Δωμάτια	10.275	13.960	14.555	12.572	1.500	52.862
	Κλίνες	21.263	27.873	28.946	24.482	2.932	105.496
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	65	146	291	297	349	1.148
	Δωμάτια	10.109	11.076	10.079	7.664	7.406	46.334
	Κλίνες	21.320	22.419	20.617	15.220	14.981	94.557
Αττική	Μονάδες	51	138	169	227	113	698
	Δωμάτια	7.820	10.125	7.482	6.836	2.314	34.577
	Κλίνες	15.104	19.787	14.250	12.620	5.041	66.082
Πελοπόννησος	Μονάδες	32	144	240	203	59	678
	Δωμάτια	3.280	5.066	6.498	4.251	772	19.867
	Κλίνες	7.282	10.185	12.804	8.068	1.504	39.823
Στερεά Ελλάδα	Μονάδες	9	52	162	231	53	507
	Δωμάτια	706	3.741	4.457	5.186	589	14.949
	Κλίνες	1.559	7.676	8.696	9.799	1.624	29.354
Θεσσαλία	Μονάδες	30	119	145	186	68	548
	Δωμάτια	1.651	3.960	3.884	4.134	1.202	14.831
	Κλίνες	3.410	7.927	7.596	7.971	2.475	29.379
Βόρειο Αιγαίο	Μονάδες	10	34	138	159	40	381
	Δωμάτια	1.097	1.850	4.876	3.715	615	12.153
	Κλίνες	2.175	3.602	9.478	6.991	1.181	23.427
Αν. Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	14	34	123	144	66	381
	Δωμάτια	1.316	2.068	3.909	20.980	971	11.244
	Κλίνες	2.728	4.293	7.727	5.843	1.896	22.487
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	7	43	110	91	21	272
	Δωμάτια	1.500	2.705	3.317	2.064	2.767	9.853
	Κλίνες	3.206	5.457	6.297	3.965	522	19.447
Ήπειρος	Μονάδες	18	98	176	125	18	435
	Δωμάτια	1.487	1.784	3.481	2.121	293	9.166
	Κλίνες	3.139	3.846	7.098	4.151	565	18.799
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	4	14	62	33	9	122
	Δωμάτια	99	356	1.403	687	196	2.741
	Κλίνες	219	773	2.977	1.528	643	6.140
Σύνολο	Μονάδες	744	1807	2903	3411	1222	10.087
	Δωμάτια	99.985	128.567	103.236	88.844	23.203	443.835
	Κλίνες	209.420	258.506	202.421	168.610	46.667	885.624

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, 2023

Εάν εστιάσουμε ακόμα περισσότερο, θα παρατηρήσουμε πως από τις μονάδες αυτές οι 161 εντοπίζονται στην Ενότητα Μεσσηνίας, που κατατάσσεται δεύτερη μετά την Λακωνία σε ό,τι αφορά τον αριθμό των ξενοδοχείων αλλά υπερέχει στις κλίνες και τα δωμάτια. Εξ αυτών των

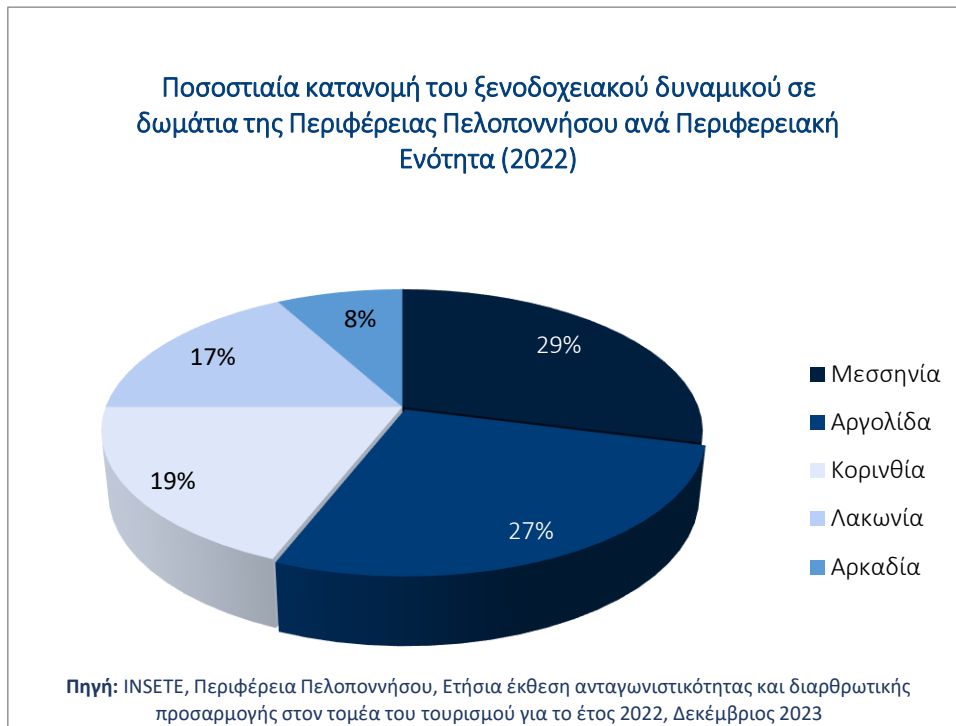
161, το 7% είναι ξενοδοχεία 5* (37% των ξενοδοχείων 5* της Περιφέρειας), το 16% είναι ξενοδοχεία 4* (17% των ξενοδοχείων 4* της Περιφέρειας), το 29% είναι ξενοδοχεία 3* (19% των ξενοδοχείων 3* της Περιφέρειας), το 39% είναι ξενοδοχεία 2* (30% των ξενοδοχείων 2* της Περιφέρειας) και το 9% είναι ξενοδοχεία 1* (25% των ξενοδοχείων 1* της Περιφέρειας). Συνολικά, η Ενότητα Μεσσηνίας φιλοξενεί το 29% των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, με την Αργολίδα να έρχεται δεύτερη με 27%.

Πίνακας 15: Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2022

Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα (2022)							
Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Μεσσηνίας	Μονάδες	12	25	47	62	15	161
	Δωμάτια	1.545	1.369	1.204	1.346	224	5.688
	Κλίνες	3.765	2.768	2.236	2.565	427	11.761
Αργολίδας	Μονάδες	7	31	40	47	20	145
	Δωμάτια	772	1.702	1.691	1.011	220	5.396
	Κλίνες	1.575	3.383	3.303	1.950	426	10.637
Κορινθίας	Μονάδες	2	14	38	32	8	94
	Δωμάτια	615	824	1.342	841	108	3.730
	Κλίνες	1.184	1.569	2.782	1.604	212	7.351
Λακωνίας	Μονάδες	7	47	76	33	7	170
	Δωμάτια	305	837	1.596	560	83	3.381
	Κλίνες	622	1.740	3.113	1.044	180	6.699
Αρκαδίας	Μονάδες	4	27	39	29	9	108
	Δωμάτια	43	334	665	493	137	1.672
	Κλίνες	116	725	1.370	905	259	3.375
Σύνολο	Μονάδες	32	144	240	203	59	678
	Δωμάτια	3.280	5.066	6.498	4.251	772	19.867
	Κλίνες	7.262	10.185	12.804	8.068	1.504	39.823

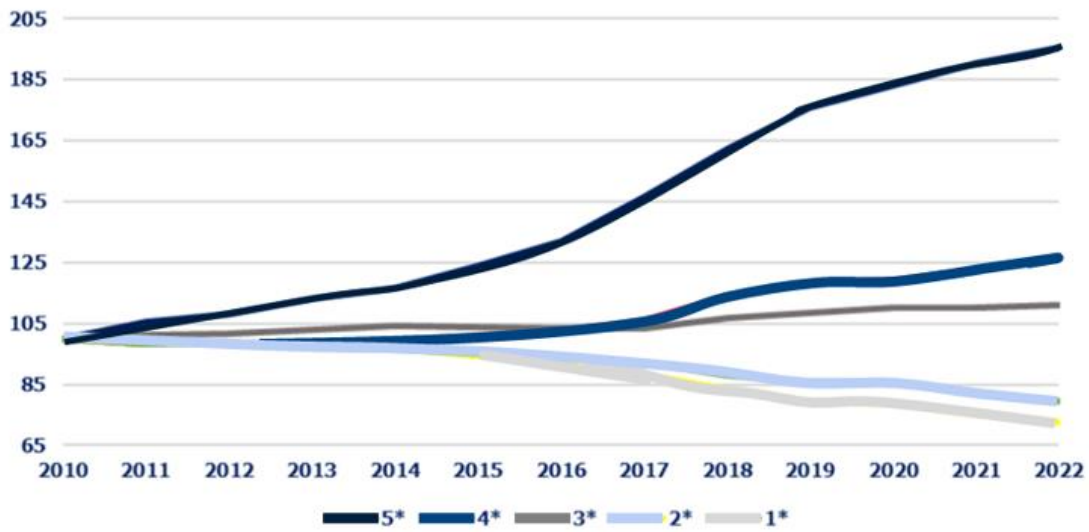
Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

Διάγραμμα 4: Ποσοστιαία Κατανομή του Ξενοδοχειακού Δυναμικού σε δωμάτια της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Περιφερειακή Ενότητα, 2022



Ακόμα, ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι κατά την περίοδο 2010-2022, στην Πελοπόννησο παρατηρείται αύξηση +39% στα δωμάτια των ξενοδοχείων 5*, +53% στα 4*, +11% στα 3*, -37% στα 2* και -21% στα 1* γεγονός που συνάδει με την γενικότερη τάση προς τον πολυτελή τουρισμό που αναφέρθηκε νωρίτερα.

Διάγραμμα 5: Εξέλιξη των Ξενοδοχειακών Δωματίων ανά κατηγορία αστεριού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2010-2022



Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

Αφίξεις, Πληρότητα, και Εποχικότητα

Το 2021, ενάμιση χρόνο μετά την εμφάνιση της πανδημίας, η Περιφέρεια Πελοποννήσου υποδέχτηκε το 50% των διεθνών αφίξεων του 2019, φιλοξένησε το 57% των διανυκτερεύσεων του 2019 και η πληρότητα μειώθηκε κατά 6% σε σχέση με το 2019. Το 2022, οι απώλειες που καταγράφηκαν στις αφίξεις καλύφθηκαν, με την Πελοπόννησο να υποδέχεται το 104% των διεθνών αφίξεων του 2019, αλλά τις διανυκτερεύσεις να εξακολουθούν να είναι 7% λιγότερες από εκείνες του 2019. Σε ό,τι αφορά την πληρότητα, αυξήθηκε κατά 2% σε σχέση με το 2019.

Στον παρακάτω πίνακα παρατηρούμε την διαχρονικά ανοδική πορεία των αφίξεων, αλλοδαπών και ημεδαπών, των διανυκτερεύσεων αλλά και των ποσοστών πληρότητας. Πιο συγκεκριμένα, από το 2010 έως το 2019 η Πελοπόννησος σημείωσε αύξηση +112% στις αφίξεις αλλοδαπών, +14% στις αφίξεις ημεδαπών, +151% στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών, +14% στις διανυκτερεύσεις ημεδαπών και +3% στο ποσοστό πληρότητας. Όπως είναι φυσικό, η άνοδος αυτή ανακόπηκε με την πανδημία του κορονοϊού σημειώνοντας αρνητικά ρεκόρ μείωσης τα οποία κινούνταν από -40% έως -160% των αριθμών του 2010. Ευτυχώς, η αρνητική αυτή πορεία αντιστράφηκε, όπως αναλύθηκε παραπάνω, σε ό,τι αφορά τις αφίξεις και την πληρότητα, ενώ οι διανυκτερεύσεις δεν έχουν ακόμη επανέλθει στα τότε επίπεδα.

Πίνακας 16: Περιφέρεια Πελοποννήσου: Στοιχεία Αφίξεων, Διανυκτερεύσεων και Πληρότητας σε Ξενοδοχειακά Καταλύματα, 2010-2020

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ: Στοιχεία Αφίξεων, Διανυκτερεύσεων και Πληρότητας σε Ξενοδοχειακά Καταλύματα (2010-2020)														
Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	%Δ 2010-2019	%Δ 2010-2020
Αργολίδος	Αφίξεις αλλοδαπών	160.048	153.992	111.801	94.063	137.164	143.195	135.166	156.481	221.398	219.285	39.004	37%	-76%
	Αφίξεις ημεδαπών	181.914	179.107	138.650	164.752	177.578	174.674	176.620	192.173	216.092	224.334	120.475	23%	-34%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	322.756	350.732	263.434	271.364	402.251	441.883	539.136	554.242	758.153	705.603	108.394	119%	-66%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	438.984	426.200	330.630	410.518	422.430	409.304	429.544	474.394	501.107	522.140	272.344	19%	-38%
	Πληρότητα	35,5%	35,0%	25,8%	28,9%	34,3%	35,0%	38,8%	39,7%	40,9%	39,0%	24,9%	10%	-30%
Αρκαδίας	Αφίξεις αλλοδαπών	6.406	5.756	4.810	4.328	4.937	5.758	4.260	5.860	12.688	10.904	3.953	70%	-38%
	Αφίξεις ημεδαπών	68.777	59.262	51.823	42.699	45.623	45.326	46.567	53.099	63.025	66.123	30.205	-4%	-56%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	13.365	13.332	13.680	11.423	12.705	17.181	11.414	14.548	28.994	22.970	8.864	72%	-34%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	138.672	115.163	105.608	89.551	98.280	93.520	98.355	97.834	113.040	126.952	59.371	-8%	-57%
	Πληρότητα	20,2%	16,5%	14,4%	11,7%	12,4%	12,4%	12,4%	12,6%	12,2%	12,1%	10,8%	-40%	-47%
Κορινθίας	Αφίξεις αλλοδαπών	80.975	92.013	78.115	78.752	85.289	85.713	102.867	162.213	198.977	187.297	18.987	131%	-77%
	Αφίξεις ημεδαπών	213.838	181.529	142.508	149.886	137.153	158.046	153.593	149.151	155.982	163.984	90.162	-23%	-58%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	286.055	335.526	292.044	301.306	328.275	313.306	342.615	476.426	564.390	529.453	44.526	85%	-84%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	486.694	439.767	316.514	332.850	307.890	318.942	322.588	292.921	311.584	339.586	188.820	-30%	-61%
	Πληρότητα	32,5%	32,2%	24,8%	25,5%	25,4%	25,3%	26,9%	30,5%	35,1%	34,9%	18,4%	7%	-43%
Λακωνίας	Αφίξεις αλλοδαπών	25.985	27.489	18.104	27.246	34.911	38.793	41.121	52.464	80.485	87.005	25.274	235%	-3%
	Αφίξεις ημεδαπών	102.235	95.971	79.487	86.190	89.470	89.299	106.307	107.820	140.175	141.500	105.527	38%	3%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	43.958	48.228	35.614	54.746	69.623	75.948	89.487	111.021	178.040	184.930	53.222	321%	21%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	209.463	196.221	160.525	175.804	185.132	181.683	230.404	233.875	307.212	285.912	222.035	36%	6%
	Πληρότητα	24,6%	22,2%	16,9%	18,4%	21,0%	20,8%	24,6%	24,8%	24,2%	22,1%	22,1%	-10%	-10%
Μεσσηνίας	Αφίξεις αλλοδαπών	35.076	37.930	25.377	41.091	47.765	51.991	64.429	87.762	143.699	150.798	32.429	330%	-8%
	Αφίξεις ημεδαπών	167.948	154.544	139.846	151.749	139.918	142.345	152.865	166.853	312.502	241.511	136.418	44%	-19%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	163.857	203.359	121.990	211.912	260.600	275.018	360.676	441.721	599.316	637.545	135.741	289%	-17%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	353.665	351.800	334.252	354.246	338.590	352.528	380.033	394.955	694.189	581.777	364.690	64%	3%
	Πληρότητα	30,8%	32,4%	25,7%	31,4%	32,1%	31,7%	36,5%	38,2%	40,5%	36,1%	24,9%	17%	-19%
Σύνολο	Αφίξεις αλλοδαπών	308.490	317.180	238.207	245.480	310.066	325.450	347.843	464.780	657.247	655.289	119.647	112%	-158%
	Αφίξεις ημεδαπών	734.712	670.413	552.314	595.276	589.742	609.690	635.952	669.096	887.776	837.452	482.787	14%	-52%
	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	829.991	951.177	726.762	850.751	1.073.454	1.123.336	1.343.328	1.597.958	2.128.893	2.080.501	350.747	151%	-137%
	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	1.627.478	1.529.151	1.247.529	1.362.969	1.352.322	1.355.977	1.460.924	1.493.979	1.927.132	1.856.367	1.107.260	14%	-47%
	Πληρότητα	30,8%	30,2%	23,2%	25,3%	27,3%	27,4%	30,5%	32,2%	34,0%	31,8%	21,8%	3%	-41%

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence, Τα στοιχεία για τα έτη 2010-2017 προκύπτουν από μέρος των συνολικά διαθέσιμων κλινών - η εκτίμηση και προβολή των αποτελεσμάτων γίνεται στο 80% των διαθέσιμων κλινών λόγω έλλειψης της πληροφορίας των μηνών λειτουργίας του κάθε καταλύματος μέσα στο έτος. Τα στοιχεία για τα έτη από το 2018 και έπειτα λόγω αλλαγής της μεθοδολογίας προκύπτουν από το 100% των διαθέσιμων κλινών

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου αντιπροσωπεύει επίσης το 1% των διεθνών αεροπορικών αφίξεων στη χώρα το 2021, με το αεροδρόμιο Καλαμάτας να σημειώνει 363% αύξηση από το 2010 έως το 2019. Η σταθερή αυξητική τάση των διεθνών αεροπορικών αφίξεων επιβεβαιώνεται και από την υψηλό μέσο όρο των θετικών μεταβολών ο οποίος φτάνει το 27,4%, διακοπτόμενος από μια μόνο αρνητική μεταβολή της τάξης του 20,4%.

Την περίοδο από το 2015 έως το 2019, το αεροδρόμιο Καλαμάτας κατέγραψε 77% αύξηση στις διεθνείς αφίξεις (από 87 χιλιάδες το 2015 σε 153 χιλιάδες το 2019), την περίοδο από το 2019 έως το 2021 σημείωσε μείωση 50% (από 153 χιλιάδες το 2019 σε 77 χιλιάδες το 2020), ενώ την περίοδο 2019-2022 σημείωσε αύξηση 4%, επιστρέφοντας στην κανονικότητα. Αναφορικά με τις αφίξεις εσωτερικού, η Περιφέρεια δέχεται το 0,2% του συνόλου, παρουσιάζοντας 76% αύξηση από το 2015 έως το 2019, τάση η οποία αμβλύθηκε από την πανδημία του κορονοϊού κατά 30% το 2021, και επανήλθε 2% υψηλότερη του 2019 το 2022.

Επιπλέον, σε ό,τι αφορά την πληρότητα της Περιφέρειας Πελοποννήσου και της Περιφερειακής Ενότητας Μεσσηνίας παρουσιάζονται αναλυτικότερα και στον παρακάτω πίνακα. Παρατηρούμε ότι η Περιφέρεια αυξάνεται με σχετικά σταθερό ρυθμό εντός του 2016-2022, με εξαίρεση του 2020, όπου παρά ταύτα η μείωση από το 2019 είναι μικρότερη από εκείνη που βίωσε το σύνολο της Ελλάδας. Η Ενότητα Μεσσηνίας από την άλλη δεν ακολούθησε σταθερά ανοδική πορεία μεταξύ του διαστήματος αυτού αλλά σημείωσε αύξηση 11% το 2022 σε σχέση με το 2016, ξεπερνώντας μάλιστα και το ποσοστό του 2019. Η παραπάνω τάση επιβεβαιώνεται και από τον προηγούμενο πίνακα με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, όπου η Ενότητα Μεσσηνίας σημειώνει την μεγαλύτερη αύξηση (+17%) από κάθε άλλη Ενότητα της Περιφέρειας. Επομένως, διαφαίνεται η τάση ανάπτυξης που λαμβάνει χώρα στην περιοχή.

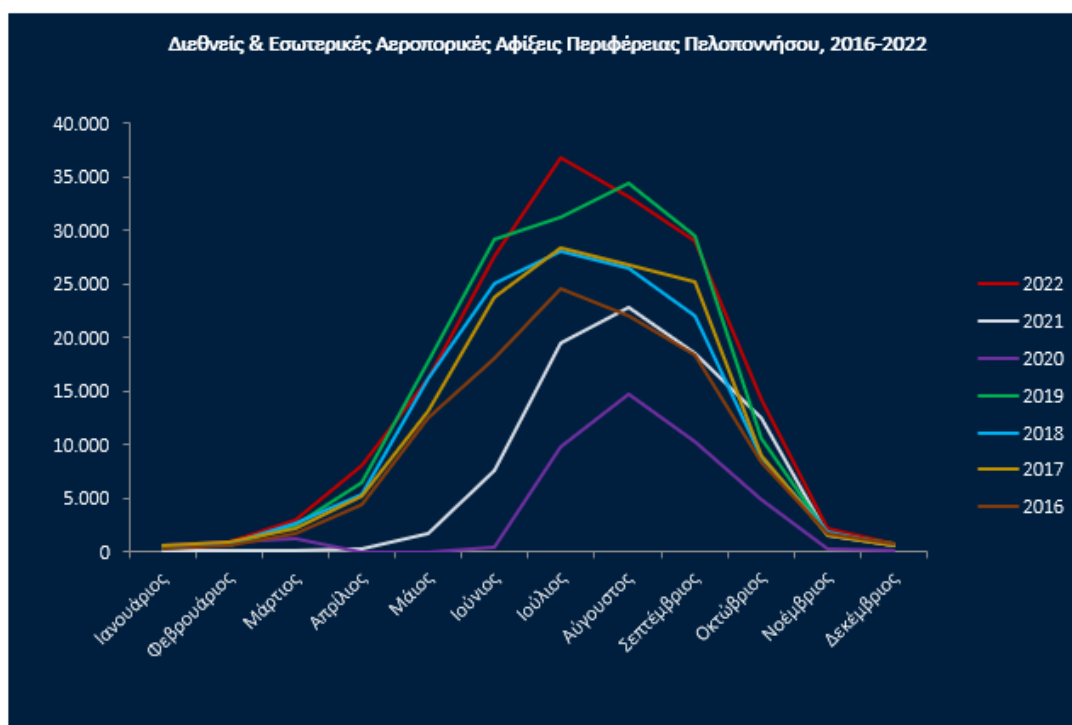
Πίνακας 17: Πληρότητα Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου συγκριτικά με το σύνολο της Ελλάδας, 2016-2022

Πληρότητα Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου συγκριτικά με το σύνολο της Ελλάδας, 2016-2022									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2019-2020	%Δ 2016-2022
Ενότητα Αργολίδας	39%	40%	42%	39%	25%	37%	44%	-36%	13%
Ενότητα Κορινθίας	27%	31%	36%	35%	18%	30%	42%	-49%	56%
Ενότητα Μεσσηνίας	37%	38%	35%	36%	25%	34%	41%	-31%	11%
Ενότητα Λακωνίας	25%	25%	24%	22%	22%	27%	27%	0%	8%
Ενότητα Αρκαδίας	12%	13%	12%	12%	11%	17%	17%	-8%	42%
Σύνολο Περιφέρειας Πελοποννήσου	31%	32%	34%	32%	22%	31%	37%	-31%	19%
Σύνολο Ελλάδας	50%	53%	51%	49%	30%	31%	37%	-39%	-26%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

Τέλος, για την κατανόηση της εποχικότητας, θα εξετάσουμε τις διεθνείς και εσωτερικές αεροπορικές αφίξεις που έλαβαν χώρα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου κατά την περίοδο 2016-2022. Παρατηρούμε πως, διαχρονικά, η πλειονότητα των αφίξεων λαμβάνουν χώρα μεταξύ Απριλίου και Οκτωβρίου, και μικρό ποσοστό του συνόλου να κινείται τον Μάρτιο και τον Νοέμβριο. Σύμφωνα με τα δεδομένα του 2022, το 73% των αφίξεων έλαβε χώρα μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου έλαβε χώρα το 73,5% των συνολικών αφίξεων και η περίοδος Μαρτίου-Οκτωβρίου το 97,5% αυτών. Επιπλέον, κατά τον Νοέμβριο-Δεκέμβριο σημειώθηκε το 1,7% των αφίξεων και την περίοδο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου το 0,6%. Γίνεται σαφές λοιπόν πως η εποχικότητα αποτελεί σταθερό φαινόμενο στην Περιφέρεια Πελοποννήσου και εντοπίζεται το διάστημα Απριλίου-Οκτωβρίου.

Διάγραμμα 6: Διεθνείς & Εσωτερικές Αεροπορικές Αφίξεις Περιφέρειας Πελοποννήσου, 2016-2022



Πηγή: INSETE, Βασικά Τουριστικά Μεγέθη της Περιφέρειας Πελοποννήσου, Αύγουστος 2023

Βασικοί Δείκτες Περιφέρειας Πελοποννήσου και η Διαχρονική Εξέλιξή τους

Για την ακόμα βαθύτερη κατανόηση του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ενδείκνυται η ανάλυση των παρακάτω βασικών δεικτών τουρισμού:

- Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση: υπολογίστηκε στα €56 με μείωση -12,5% από το 2019 και τον μέσο όρο της Ελλάδας να είναι -30%.
- Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη: υπολογίστηκε στα 509€ με 9,7% αύξηση από το 2019 και μόλις 7% διαφορά από τον μέσο όρο της Ελλάδας.
- Μέση Διάρκεια Παραμονής: υπολογίστηκε στις 9 ημέρες, σημειώνοντας 25% αύξηση από το 2019 και ξεπερνά κατά 30% τον μέσο όρο της Ελλάδας.

Πίνακας 18: Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022

Βασικοί Δείκτες Εισερχόμενου Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022											
Δείκτης	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022	
Πελοπόννησος	Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (σε €)	56	59	63	64	48	61	56	14,3%	0,0%	-12,5%
	Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη (σε €)	384	423	469	464	475	523	509	20,8%	32,6%	9,7%
	Μέση Διάρκεια Παραμονής (σε διανυκτερεύσεις)	6,8	7,2	7,5	7,2	9,9	8,6	9	5,9%	32,4%	25,0%
Ελλάδα	Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (σε €)	67	68	69	76,1	67	78,6	80,5	13,6%	20,1%	20,1%
	Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη (σε €)	449	458	449	482	520	631	550	7,3%	22,5%	14,1%
	Μέση Διάρκεια Παραμονής (σε διανυκτερεύσεις)	6,7	6,8	6,5	6,3	7,7	8	6,9	-6,0%	3,0%	3,0%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού, έτος 2017-2023

Αναφορικά με τη διαχρονική εξέλιξη των εν λόγω δεικτών παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα την σχετικά σταθερή αύξηση τους, σταθερότητα η οποία ανακόπηκε ελάχιστα το 2020 και το 2022 (σε ό,τι αφορά την μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και ανά επίσκεψη). Σε γενικές γραμμές, παρατηρούμε πως η ανοδική πορεία των δεικτών αμβλύθηκε μετά την πανδημία, αλλά τα ποσοστά δείχνουν να επανέρχονται σταδιακά.

Πίνακας 19: Τουρισμός και Απασχόληση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022

Τουρισμός και Απασχόληση στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, 2016-2022										
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022	%Δ 2019-2022
Σύνολο Απασχολούμενων	196.287	204.979	208.186	211.431	213.930	212.001	216.391	7,7%	10,2%	2,3%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού, έτος 2017-2023

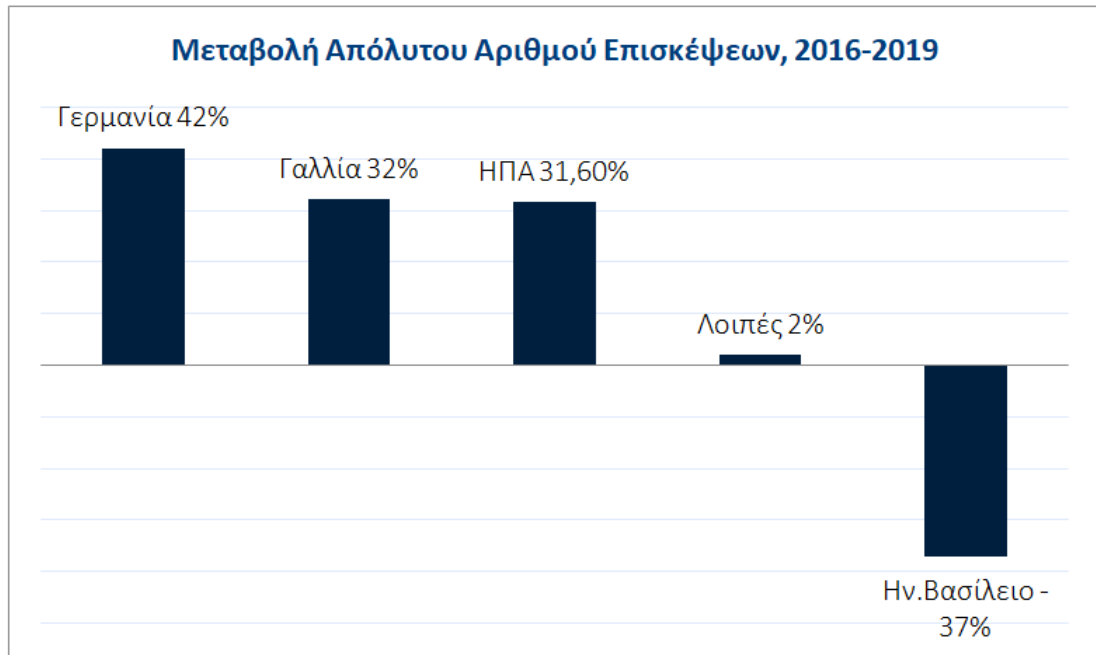
Τέλος, παρατηρούμε πως διαχρονικά, ο αριθμός των συνολικών απασχολούμενων στον τουρισμό στην Περιφέρεια Πελοποννήσου αυξάνεται, με τα αποτελέσματα της πανδημίας να εμφανίζονται ελάχιστα το 2021, γεγονός που πιθανώς οφείλεται στις τότε κρατικές επιδοτήσεις και σχετική νομοθεσία.

3.2.3. Κύριες Αγορές & Τουριστικά Προϊόντα Περιφέρειας Πελοποννήσου

Κύριες Αγορές Περιφέρειας Πελοποννήσου

Σε ό,τι αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό, η πλειονότητα των επισκεπτών της Περιφέρειας προέρχεται από την Γερμανία και ακολουθούν οι ΗΠΑ, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο με το σύνολο αυτών να ανέρχεται στο 47% των συνολικών αφίξεων της περιοχής και το υπόλοιπο 53% να προέρχεται από Λοιπές Χώρες. Μεταξύ 2016-2019 οι επισκέπτες από Γερμανία αυξήθηκαν κατά 42%, οι επισκέπτες από Γαλλία κατά 32%, οι επισκέπτες από ΗΠΑ 31,6%, οι επισκέπτες από Λοιπές χώρες κατά 2% και οι επισκέπτες από Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν κατά 37,3%.

Διάγραμμα 7: Μεταβολή Απόλυτου Αριθμού Επισκέψεων, 2016-2019



Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

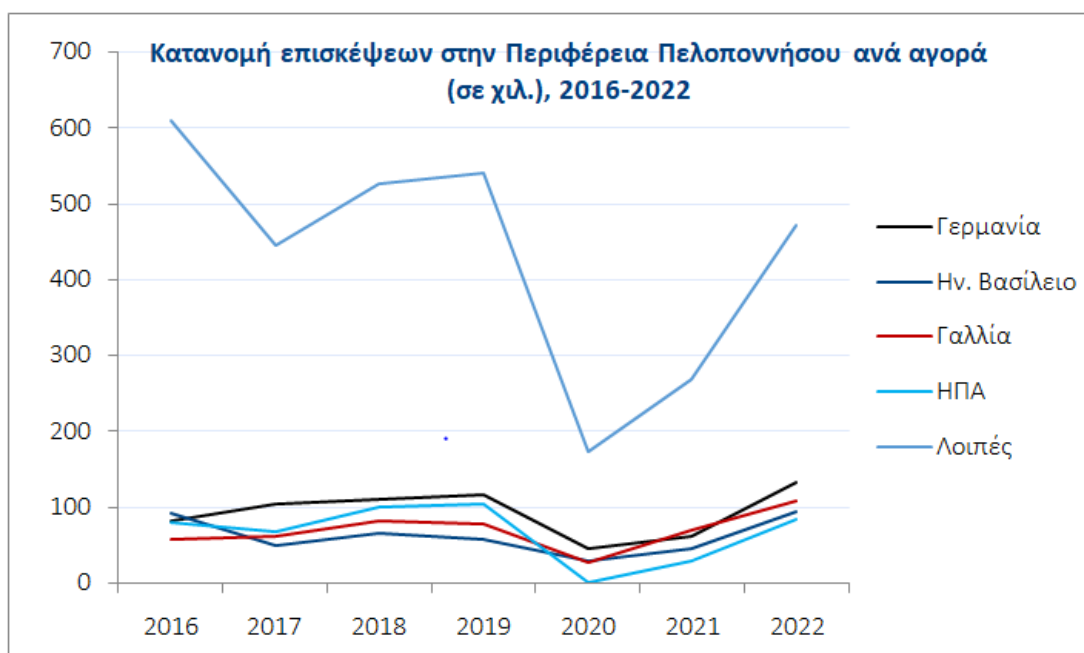
Η εικόνα αλλάζει εξετάζοντας τις επισκέψεις ανά χώρα προέλευσης συνολικά από το 2016 έως το 2022, καθώς παρατηρούμε ότι η Γαλλία έχει σημειώσει την μεγαλύτερη αύξηση, με την Γερμανία να ακολουθεί με μικρή διαφορά. Από την άλλη, οι Λοιπές χώρες σημείωσαν την μεγαλύτερη μείωση, ενώ το Ην. Βασίλειο και οι ΗΠΑ παρέμειναν στάσιμες. Συνολικά, παρατηρείται μια σταθερότητα στις κύριες χώρες που επισκέπτονται την Πελοπόννησο.

Πίνακας 20: Κατανομή Επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2022

Κατανομή επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2022									
Χώρα Προέλευσης	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022
Γερμανία	82	103	110	117	46	63	132	43%	61%
Ην. Βασίλειο	91	50	66	57	29	46	94	-37%	3%
Γαλλία	59	62	83	78	28	70	109	32%	85%
ΗΠΑ	80	67	100	105	(:)	29	84	31%	5%
Λοιπές	610	445	527	542	174	269	472	-11%	-23%
Σύνολο	843	727	886	899	278	477	891	7%	6%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού, έτη 2017-2023

Διάγραμμα 8: Κατανομή Επισκέψεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά (σε χιλ.), 2016-2022



Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

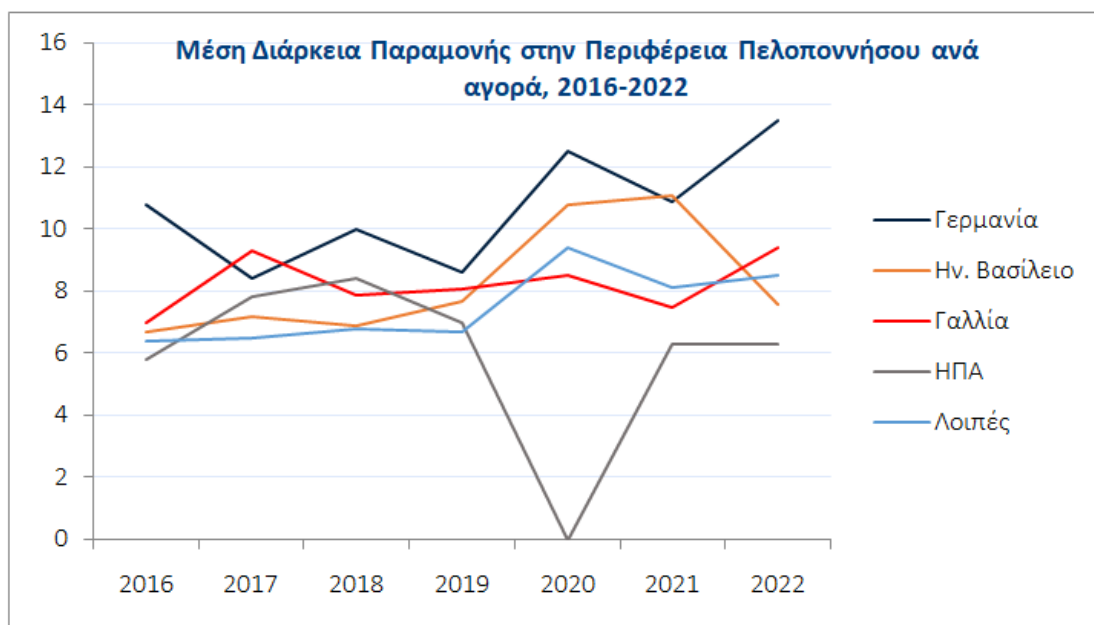
Σε ό,τι αφορά την μέση διάρκεια παραμονής ανά χώρα προέλευσης, η Γαλλία σημείωσε την μεγαλύτερη αύξηση φτάνοντας τις 9,4 ημέρες παραμονής, με τις Λοιπές χώρες να ακολουθούν με 8,5 μέρες, τη Γερμανία με 13,5 μέρες, Μικρότερη αύξηση διάρκειας παραμονής κατέγραψαν το Ην. Βασίλειο και οι ΗΠΑ.

Πίνακας 21: Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά, 2016-2022

Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά, 2016-2022									
Χώρα Προέλευσης	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	%Δ 2016-2019	%Δ 2016-2022
Γερμανία	10,8	8,4	10	8,6	12,5	10,9	13,5	-20%	25%
Ην. Βασίλειο	6,7	7,2	6,9	7,7	10,8	11,1	7,6	15%	13%
Γαλλία	7	9,3	7,9	8,1	8,5	7,5	9,4	16%	34%
ΗΠΑ	5,8	7,8	8,4	7	(:)	6,3	6,3	21%	9%
Λοιπές	6,4	6,5	6,8	6,7	9,4	8,1	8,5	5%	33%
Μ.Ο. Περιφέρειας	6,8	7,2	7,5	7,2	9,9	8,6	9	6%	32%

Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού, έτη 2017-2023

Διάγραμμα 9: Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Περιφέρεια Πελοποννήσου ανά αγορά, 2016-2022



Πηγή: INSETE, Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022, Δεκέμβριος 2023

Από την προηγούμενη ανάλυση προκύπτει πρώτον ότι οι επισκέπτες στην Πελοπόννησο διαμένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, ξοδεύοντας υψηλότερα χρηματικά ποσά, προκαλώντας ολική αύξηση των εσόδων από 323,5 εκατ. € το 2016 σε 453 εκατ. € το 2022, και δεύτερον, ότι η προέλευση των επισκεπτών έχει σημαντική επίδραση, με Γερμανία, Γαλλία, Ην. Βασίλειο και ΗΠΑ να συνεισφέρουν το μεγαλύτερο ποσοστό εσόδων ανά χώρα προέλευσης και να αποτελούν διαχρονικά τους συχνότερους επισκέπτες της περιοχής.

Τουριστικά προϊόντα Νότιας Πελοποννήσου

Τα κύρια τουριστικά προϊόντα της Πελοποννήσου ελάχιστα αποκλίνουν από τα γενικότερα της χώρας που αναλύθηκαν παραπάνω. Παρακάτω παρατίθενται τα κύρια αλλά και τα δευτερεύοντα τουριστικά προϊόντα της Νότιας Πελοποννήσου (INSETE, *Ελληνικός Τουρισμός 2030 | Σχέδια Δράσης, Αύγουστος 2021*).

Κύρια τουριστικά προϊόντα

Ήλιος και Θάλασσα

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Υποστηρίζεται από την εκτεταμένη ακτογραμμή της Πελοποννήσου όπου εντοπίζονται 14 παραλίες με γαλάζια σημαία, το εύκρατο μεσογειακό κλίμα, το εύρος δραστηριοτήτων που ενισχύεται μέσω της

ανάπτυξης υπερπολυτελών τουριστικών καταλυμάτων, ειδικά στην ενότητα Μεσσηνίας και της συνεχώς βελτιούμενης αεροπορικής συνδεσιμότητας με τον αερολιμένα της Καλαμάτας. Πάρα τούτα ζήτημα αποτελεί η απόσταση από τα χερσαία σύνορα, η ανάγκη αναβάθμισης του οδικού δικτύου και λοιπών υποδομών καθώς και ο μαζικός τουρισμός που προκύπτει κατ' επέκταση.

Ναυτικός τουρισμός (yachting)

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Υποστηρίζεται επίσης από το εύκρατο και ευνοϊκό κλίμα, τις εκτεταμένες και κατάλληλα διαμορφωμένες για ναυσιπλοΐα ακτογραμμές, εύκολη πρόσβαση στο Ιόνιο και το Αιγαίο πέλαγος, πολλαπλά αγκυροβόλια και μαρίνες, που όμως δεν έχουν όλα ολοκληρωμένες ή υψηλού επιπέδου υποδομές.

Ναυτικός τουρισμός (κρουαζιέρα)

Προς ανάπτυξη προϊόν που υποστηρίζεται από υποδομές υποδοχής κρουαζιέρας μικρής δυναμικότητας σε διάφορα λιμάνια (σκόπιμη κρίνεται η αποφυγή της προώθησης του λιμανιού της Πύλου ως προορισμού κρουαζιέρας λόγω της αρχαιολογικής σημασίας του). Παρά την ύπαρξη σημείων ενδιαφέροντος παρατηρείται πτωτική τάση αφίξεων.

Πολιτιστικός και θρησκευτικός τουρισμός

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Ο προορισμός χαρακτηρίζεται από πλούσιο πολιτιστικό απόθεμα και σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος που παρόλα αυτά δεν αξιοποιούνται πλήρως ειδικά σε σύγκριση με την βορειοανατολική Πελοπόννησο.

City Break

Προς ανάπτυξη προϊόν που υποστηρίζεται από το εύκρατο κλίμα, την οδική και αεροπορική συνδεσιμότητα, τον συνδυασμό βουνού και θάλασσας, πολλών διαφορετικών δραστηριοτήτων/εκδηλώσεων και επιλογών εστίασης. Ζήτημα αποτελεί η σχετική μείωση της αεροπορικής σύνδεσης με το εξωτερικό τους χειμερινούς μήνες.

MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions/Events)

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο καθώς αποτελεί ένα ασφαλές αστικό κέντρο με ευνοϊκό κλίμα και υποδομές κατάλληλες για διεθνή ταξίδια. Διαθέτει πολλαπλές εγκαταστάσεις αναγκαίες στους bleisure ταξιδιώτες και στους ταξιδιώτες κινήτρων, ωστόσο το ζήτημα της μειωμένης αεροπορικής σύνδεσης κατά την χειμερινή περίοδο παραμένει.

Συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα

Αγροτουρισμός

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Ύπαρξη σημαντικού αριθμού αγροτικών κοινοτήτων, παραδοσιακών οικισμών και βιολογικών αγροκτημάτων.

Οικοτουρισμός

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Διαθέτει ποικιλία χλωρίδας και πανίδας, βουνά και γεωλογικούς σχηματισμούς, προστατευόμενες περιοχές καθώς και πολυάριθμες διαδρομές πεζοπορίας/ποδηλασίας.

Αθλητικός τουρισμός

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Η περιοχή διαθέτει φυσικό περιβάλλον κατάλληλο για υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες όπως ποδηλασία, πεζοπορία, ορειβασία και αναρρίχηση αλλά και εγκαταστάσεις για την υποστήριξη αυτών των δραστηριοτήτων. Επιπλέον, υπάρχουν ευκαιρίες για θαλάσσιες δραστηριότητες όπως ιστιοσανίδα, kitesurfing και καταδύσεις. Η περιοχή διαθέτει ήδη πολλαπλά σύγχρονα γήπεδα γκολφ, με σχέδια κατασκευής νέων, καθιστώντας την έναν ελκυστικό προορισμό τόσο για επαγγελματίες όσο και για ερασιτέχνες παίκτες.

Γαστρονομικός τουρισμός

Αναπτυγμένο προϊόν με δυνατότητα ανάδειξης σε εδραιωμένο. Υπάρχει πλούσια αγροτική παραγωγή, προϊόντα προστατευόμενης προέλευσης, παραδοσιακή κουζίνα, γαστρονομικές εκδηλώσεις και σημεία οινοτουριστικού ενδιαφέροντος.

Τουρισμός ευεξίας

Προς ανάπτυξη προϊόν καθώς έχουν ήδη δημιουργηθεί θεματικές ξενοδοχειακές μονάδες με υψηλού επιπέδου εγκαταστάσεις ευεξίας.

3.2.4. Περιφερειακή Ενότητα Μεσσηνίας & Δήμος Πύλου - Νέστορος

Στην εν λόγω ενότητα θα λάβει χώρα περαιτέρω ανάλυση της Περιφερειακής Ενότητας Μεσσηνίας και του Δήμου Πύλου-Νέστορος. Συγκεκριμένα, θα αναλυθεί η προσβασιμότητα, τα αξιοθέατα, οι δραστηριότητες, οι βοηθητικές υπηρεσίες της περιοχής. Έπειτα, θα ακολουθήσει ανάλυση των άμεσων ανταγωνιστών του ξενοδοχείου για το οποίο γίνεται η παρούσα έρευνα, ώστε να σκιαγραφηθεί καθαρότερα το ανταγωνιστικό τοπίο.

Προσβασιμότητα:

➤ Αεροπορικώς

Ο αερολιμένας της Καλαμάτας επιλέγεται συνήθως από τους εξερχόμενους τουρίστες και δέχεται πληθώρα πτήσεων τσάρτερ κατά την διάρκεια του καλοκαιριού (συνήθως από αρχές Απριλίου έως τέλη Οκτωβρίου). Συνδέεται κυρίως με το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης και σε μικρότερο βαθμό με το αεροδρόμιο Αθηνών, καθώς η οδική σύνδεση με την Αθήνα είναι σύντομη και άνετη.

Η πλήρης ονομασία του είναι Διεθνής Αερολιμένας Καλαμάτας «Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος» (KLX), και είναι χωρητικότητας 4 αεροσκαφών. Βρίσκεται 9 χιλιόμετρα από την πόλη της Καλαμάτας.

Εταιρείες όπως Sky Express, Aegean Airlines, Ryanair, EasyJet, Lufthansa, Transavia και Thomas Cook Airlines πραγματοποιούν δρομολόγια προς διάφορους προορισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Μόναχο, Στοκχόλμη, Μόσχα, Άμστερνταμ, Πράγα, Λονδίνο, Μιλάνο, Αγία Πετρούπολη, Κίεβο, Βιέννη, Μάντσεστερ κλπ.) (Δήμος Καλαμάτας, Πτήσεις από και προς το Αεροδρόμιο Καλαμάτας, 2024).

➤ Ακτοπλοϊκώς

Η πόλη της Καλαμάτας συνδέεται ακτοπλοϊκά με το νησί της Κρήτης και το νησί των Κυθήρων, ταξίδια διάρκειας 10 και 6 ωρών αντίστοιχα. Το λιμάνι λειτουργεί μόνο το καλοκαίρι και τα παραπάνω δρομολόγια λαμβάνουν χώρα συνήθως μια φορά την εβδομάδα κατά την διάρκεια της υψηλής περιόδου. Πέραν του λιμανιού της Καλαμάτας, η Μεσσηνία διαθέτει επίσης το λιμάνι Πύλου, το οποίο όμως δεν υποστηρίζει ακτοπλοϊκά δρομολόγια, αλλά δέχεται κρουαζιερόπλοια και λοιπά σκάφη (Πηγή: Ferry Scanner).

➤ Οδικώς

Αποτελεί έναν από τους ευκολότερους τρόπους πρόσβασης στη Μεσσηνία. Το οδικό δίκτυο είναι σύγχρονο και συνδέει την ενότητα με την Αθήνα (σε περίπου 2 ώρες), την Πάτρα και τα λοιπά αστικά κέντρα της Ελλάδας (*Δήμος Καλαμάτας, Πρόσβαση στην Πόλη, 2024*).

Το ΚΤΕΛ αποτελεί μια ασφαλή, άνετη και οικονομική επιλογή, καθώς το εισιτήριο Αθήνα-Καλαμάτα στοιχίζει 20€, διαρκεί 4 ώρες, πραγματοποιείται με πλήρως εξοπλισμένα λεωφορεία και επιτρέπει την αγορά εισιτηρίων μέσω της επίσημης ιστοσελίδας των ΚΤΕΛ. Η σύνδεση στη συνέχεια με τις λοιπές πόλεις και χωριά της περιοχής είναι εύκολη καθώς υπάρχει πληθώρα δρομολογίων όλο τον χρόνο. Η Καλαμάτα πέρα από την Αθήνα συνδέεται με τη Θεσσαλονίκη, τα Ιωάννινα, την Πάτρα και την Σπάρτη (*Πηγή: ΚΤΕΛ Μεσσηνίας*).

Αξιοθέατα

Όπως διαφαίνεται και στον παρακάτω πίνακα, υπάρχει πληθώρα ιστορικών σημείων και αξιοθέατων στην περιοχή, που έχουν λάβει κυρίως μόνο θετικές αξιολογήσεις από πληθώρα επισκεπτών. Φυσικά, ορισμένα λιγότερο γνωστά αξιοθέατα δεν έχουν προστεθεί για λόγους απλοποίησης αλλά αυτό δεν αναιρεί την πλούσια ιστορία που έχει αφήσει πίσω του ο τόπος.

Πίνακας 22: Αξιοθέατα Δήμου Πύλου-Νέστορος

Αξιοθέατα	Αξιολογήσεις	Δυνατά Σημεία	Αδύναμα Σημεία
Κάστρο Μεθώνης	TripAdvisor: 4.5/5 (851)	Ιστορικό κάστρο δίπλα στην θάλασσα, χαμηλή τιμή εισιτηρίου, παρκινγκ	Έλλειξη φύλαξης, κακή διατήρηση
	Google: 4.7/5 (4.841)		
Παραλία Βοϊδοκοιλιά (Τάφος Μαγγελάνου)	TripAdvisor: 4.5/5 (1.153)	Περιοχή Natura, μη οργανωμένη	Μικρός κόλπος, απαιτεί καλή φυσική κατάσταση, αέρας
	Google: 4.6/5 (4.610)		
Νήσος Σαπιέντζα	TripAdvisor: 4.5/5 (96)	Όμορφο ιστορικό νησί	Πρόσβαση μόνο από θάλασσα
	Google: 4.5/5 (67)		
Ανάκτορο του Νέστορα	TripAdvisor: 4.5/5 (195)	Καλή κατάσταση συντήρησης, ράμπες για ΑμεΑ, 3D ψηφιακή αναπαράσταση	Απουσία ενημερωτικού φυλλαδίου
	Google: 4.5/5 (1.511)		
Κάστρο Πύλου (Νιόκαστρο)	TripAdvisor: 4.5/5 (247)	Εντυπωσιακός αρχαιολογικός χώρος, εύκολη πρόσβαση, ευγενικό προσωπικό	Σχέση ποιότητας-τιμής
	Google: 4.7/5 (1.617)		
Παραλία Ρωμανός	TripAdvisor: 4.5/5 (201)	Καθαρά νερά, ψιλή άμμος, όμορφο καφέ, εύκολη πρόσβαση	Υψηλές τιμές, αέρας
	Google: 4.5/5 (291)		
Κάστρο Κορώνης	TripAdvisor: 4.5/5 (38)	Μοναδική ιστορία και αρχιτεκτονική	Δύσκολη πρόσβαση, φθορα
	Google: 4.5/5 (1.505)		
Παραλία Φοινικούντας	TripAdvisor: 4.5/5 (216)	Κατάλληλο για οικογένειες, καθαρή παραλία, ταβέρνες	Μη επαρκείς υποδομές, έλλειψη πρόσβασης ΑμεΑ, υψηλές τιμές, πολυκοσμία
	Google: 4.5/5 (1.399)		
Μουσείο Πύλου	TripAdvisor: 4/5 (13)	Όμορφη αρχιτεκτονική, σχέση ποιότητας-τιμής	Μικρός χώρος
	Google: 4.7/5 (194)		

Πηγή: Google Maps & TripAdvisor

Δραστηριότητες

Κατά την αναζήτηση των δραστηριοτήτων στον Δήμο Πύλου-Νέστορος στο διαδίκτυο τα αποτελέσματα είναι σχετικά λίγα, πιθανώς λόγω έλλειψης σωστής διαδικτυακής διαφήμισης. Πάρα ταύτα, υπάρχουν δραστηριότητες για όλες τις ηλικίες, ιδίως αθλητικές. Αν προσμετρηθούν και όλες οι δραστηριότητες που προσφέρονται στις εγκαταστάσεις του Costa Navarino, το εύρος επιλογών κρίνεται ως ικανοποιητικό.

Πίνακας 23: Δραστηριότητες Δήμου Πύλου-Νέστορος

Δραστηριότητες	Αξιολογήσεις	Δυνατά Σημεία	Αδύναμα Σημεία
Water & Sports	TripAdvisor: 5/5 (57)	Επαγγελματισμός, φιλικότητα, έμπειροι δάσκαλοι, κατάλληλο για αρχάριους	-
	Google: 4.8/5 (4)		
Fishing Tourism Alexandros	TripAdvisor: 5/5 (22)	Αντιστοιχία τιμής-ποιότητας, φιλικότητα, όμορφες διαδρομές	-
	Google: 5/5 (81)		
Methoni Boat Rentals	TripAdvisor: 5/5 (13)	Απλές διαδικασίες ενοικίασης, κατάλληλο για αρχάριους, φιλικό πλήρωμα	-
	Google: 4.9/5 (52)		
Messinia Ride	TripAdvisor: 5/5 (3)	Ασφάλεια, επαγγελματισμός	-
	Google: 4.9/5 (18)		
Navarino Outdoors-Day Hiking	TripAdvisor: 4.5/5 (12)	Φιλικότητα, καλή κατάσταση εξοπλισμού	-
	Google: 4.8/5 (37)		
Childrens' Sandcastle Day Games	TripAdvisor: 5/5 (5)	Εκπαιδευμένο προσωπικό, ασφάλεια, πολλαπλές δραστηριότητες	-
	Google: -		

Πηγή: Google Maps & TripAdvisor

Βοηθητικές υπηρεσίες

Σε ό,τι αφορά τις βοηθητικές υπηρεσίες, η Μεσσηνία και ο Δήμος Πύλου-Νέστορος εμφανίζονται επαρκώς εξοπλισμένοι. Στην Καλαμάτα εντοπίζεται το Γενικό Νοσοκομείο της Ενότητας, εξοπλισμένο με 300 κλίνες, ευγενικό προσωπικό αλλά και ελλείψεις σε ανθρώπινο δυναμικό και οργάνωση. Επίσης Κέντρα Υγείας εντοπίζονται στην περιοχή των Γαργαλιανών, της Πύλου και της Καλαμάτας, ενώ Περιφερειακά Ιατρεία βρίσκονται στην Κορώνη, την Μεθώνη, το Πεταλίδι και το Κορυφάσιο. Η Μεσσηνία διαθέτει επίσης 49 φαρμακεία διαμοιρασμένα σχετικά επαρκώς (14 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος), 22 υποκαταστήματα όλων των ελληνικών τραπεζών και ATM (18 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος), 7 αστυνομικά τμήματα και 1 λιμεναρχείο (4 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος), 3 πυροσβεστικά κλιμάκια και σταθμοί (όλοι στον Δήμο Πύλου-Νέστορος), 20 ταχυδρομεία διαμοιρασμένα εντός της Ενότητας (1 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος), 68 εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων (17 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος) εκ των οποίων η πλειονότητα είναι ανοικτή όλο τον χρόνο και 5 εταιρείες οδικής

βοήθειας (6 στον Δήμο Πύλου-Νέστορος) εξίσου ανοικτές όλο το έτος. Συνεπώς γίνεται κατανοητό, πως αναφορικά με τις βοηθητικές υπηρεσίες, η Μεσσηνία και ο Δήμος Πύλου-Νέστορος κατέχουν τις απαραίτητες υποδομές για να δεχτούν μεγάλους αριθμούς επισκεπτών, ακόμα και κατά την διάρκεια των χειμερινών μηνών.

Άμεσοι Ανταγωνιστές

Οι άμεσοι ανταγωνιστές έχουν αναλυθεί με βάση το κριτήριο της εγγύτητας στην Πύλο, της κατάταξης ως ξενοδοχεία 5 αστέρων, των υψηλών βαθμολογιών από επισκέπτες αλλά και του πολύπλευρου και πολυτελή χαρακτήρα τους. Με αυτά τα δεδομένα καταλήγουμε στο ότι η Τουριστική Επιχείρηση Μεσσηνίας ή ΤΕΜΕΣ (βλέπε παρακάτω) και τα ξενοδοχεία του ομίλου της ορίζουν το επίπεδο ανταγωνισμού. Παρακάτω δίδονται ορισμένα στοιχεία της επιχείρησης και των επιμέρους ξενοδοχείων για την δημιουργία μιας πληρέστερης εικόνας του άμεσου ανταγωνιστικού πεδίου.

Πίνακας 24: Άμεσοι Ανταγωνιστές

Ανταγωνιστής	Τιμή διανυκτέρευσης*	Βαθμολογία	Τοποθεσία
The Westin Resort, Costa Navarino	365 €	9,3/10 (788 σχόλια)	Ρωμανός (9,4/10)
W Costa Navarino	373 €	9,2/10 (235 σχόλια)	Πύλος (9,3/10)
The Romanos, A Luxury Collection Resort, Costa Navarino	381 €	9,3/10 (462 σχόλια)	Ρωμανός (9,4/10)
Mandarin Oriental, Costa Navarino	1.710 €	10/10 (4 σχόλια)	Γιάλοβα (9,4/10)

*η τιμή διανυκτέρευσης αναφέρεται σε μελλοντική κράτηση στις 15 Ιουνίου του 2024 και συλλέχθηκε από τη Booking.com την 1/11/2023.

Πίνακας 25: Άμεσοι Ανταγωνιστές - Λοιπά Χαρακτηριστικά

Ανταγωνιστής	Δωμάτια	Κλίνες	Περίοδος Λειτουργίας	Ιδιαίτερο Χαρακτηριστικό
The Westin Resort, Costa Navarino	445	1130	Φεβρουάριος-Νοέμβριος	Ιδανικό για οικογένειες
W Costa Navarino	246	930	Μάιος-Οκτώβριος	Αποκλειστικά για άνω των 12 ετών
The Romanos, A Luxury Collection Resort, Costa Navarino	321	760	Μάιος-Σεπτέμβριος	Μοναδική αρχιτεκτονική
Mandarin Oriental, Costa Navarino	99	324	Απρίλιος-Οκτώβριος	1ο Mandarin Oriental της χώρας
Αθλητικές εγκαταστάσεις υψηλού κύρους, ισχυρή φήμη (brand), ποιότητα και πολυτέλεια, σεβασμός στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά				

Ο όμιλος Costa Navarino έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα πολύ ισχυρό brand το οποίο φέρνει στο φως την λιγότερο τουριστική -μέχρι προσφάτως- περιοχή της Μεσσηνίας, και μάλιστα σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε ό,τι αφορά τα ξενοδοχεία, το κάθε ένα έχει το δικό του χαρακτήρα, διατηρώντας την ποιότητα και πολυτέλεια που εκφράζει ο όμιλος, πάντα με σεβασμό στην τοπική πολιτιστική κληρονομιά. Πρόκειται για ξενοδοχεία μεγάλης δυναμικότητας, εκ των οποίων κανένα δεν λειτουργεί όλο τον χρόνο. Να σημειωθεί, επίσης, πως, παρότι τα ακριβή ποσοστά πληρότητας δεν είναι γνωστά, γνωρίζουμε ότι όλα τα ξενοδοχεία καταγράφουν υψηλές πληρότητες και ειδικά αυτά που κτίστηκαν τελευταία όπως το W Costa Navarino με πληρότητα πάνω από 85% από την πρώτη μέρα λειτουργίας (*Ημερήσια, Costa Navarino: Υποδέχεται το Mandarin Oriental το 2023 - Στο 85% η πληρότητα στο νέο ξενοδοχείο «W», Σεπτέμβριος 2022*) και το Mandarin Oriental με πληρότητα πάνω από 55% από την πρώτη μέρα λειτουργίας (*Οικονομικός Ταχυδρόμος, Costa Navarino: Σε τρίτη φάση ανάπτυξης το τουριστικό συγκρότημα, Σεπτέμβριος 2023*). Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται ορισμένα οικονομικά δεδομένα του ομίλου ΤΕΜΕΣ (*Ελληνική Δημοκρατία - Υπουργείο Ανάπτυξης, Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας Ανώνυμη Εταιρεία, Οικονομικές Καταστάσεις, Οκτώβριος 2023*).

Πίνακας 26: Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας Ανώνυμη Εταιρεία, 2022

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (2022)	
Αριθμός ΓΕΜΗ	122431301000
Διακριτικοί Τίτλοι	Τ.Ε.ΜΕΣ Α.Ε.
ΑΦΜ	94509431
Ημ/νία Σύστασης	13/10/1997
Νομική Μορφή	ΑΕ
Πωλήσεις	126.595.570 €
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	396.624.511 €
Σύνολο Ενεργητικού	904.848.369 €
EBITDA	25.144.725 €
Ξένα/Ίδια Κεφάλαια	118%
Κυκλοφοριακή Ρευστότητα	2,4

Βασιζόμενοι στα χρηματοοικονομικά στοιχεία του 2022 για την ΤΕΜΕΣ, παρατηρούμε ότι το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων είναι υψηλό, καθιστώντας την επιχείρηση οικονομικά σταθερή και αξιόπιστη. Η κυκλοφοριακή ρευστότητα στο επίπεδο 2,4 επίσης υποδεικνύει κάποιο βαθμό οικονομικής ευελιξίας. Ωστόσο, ο λόγος ξένων προς ιδίων κεφαλαίων είναι υψηλός, γεγονός που μπορεί να σημαίνει υπερβολική εξάρτηση από εξωτερική χρηματοδότηση. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι οι πωλήσεις και το κέρδος προ φόρων της εταιρείας αυξήθηκε κατά 81,7% και 32% αντίστοιχα σε σχέση με το 2021, υπογραμμίζοντας την εντυπωσιακά θετική τάση της επιχείρησης και υποδεικνύοντας όχι μόνο ανάπτυξη αλλά και αυξημένη αποδοτικότητα λειτουργίας. Συνολικά, οι προοπτικές φαίνονται θετικές για την ΤΕΜΕΣ, η οποία αναπτύσσεται ολόένα και πιο δυναμικά, ανυψώνοντας τις προσδοκίες και το επίπεδο του τουρισμού της περιοχής.

3.3. Ανάλυση Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

Για την αξιολόγηση του ανταγωνισμού και του περιβάλλοντος του πολυτελή τουριστικού κλάδου στην περιοχή ενδιαφέροντος θα χρησιμοποιηθεί η ανάλυση Porter, πολύτιμο εργαλείο στον τομέα της στρατηγικής διοίκησης. Με την χρήση το παραπάνω εργαλείου η επιχείρηση θα επιχειρήσει να βρει την καταλληλότερη θέση στον κλάδο της, με σκοπό την αποτελεσματικότερη άμυνα στις ανταγωνιστικές δυνάμεις αλλά και των επηρεασμό αυτών υπέρ της (Γεωργόπουλος Ν., *Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Δεκέμβριος 2013*).

3.3.1. Porter Analysis

Ορισμός κλάδου: *Πολυτελή ξενοδοχεία στον νομό Μεσσηνίας*

Απειλή νεοεισερχόμενων

Οικονομία κλίμακας:

Η απειλή από νεοεισερχόμενους στην ευρύτερη περιοχή της Μεσσηνίας είναι σχετικά χαμηλή αν ληφθεί υπόψη η οικονομία κλίμακας. Τα καθιερωμένα ξενοδοχεία 5 αστέρων στη Μεσσηνία επωφελούνται από οικονομίες κλίμακας λόγω του μεγέθους τους, της αναγνωρισιμότητας του εμπορικού σήματος και της καθιερωμένης βάσης πελατών. Ορισμένες οικονομίας κλίμακας που προκύπτουν:

- Υλικά και Εξοπλισμός: Η μεγάλη κλίμακα επιτρέπει στα ξενοδοχεία πολυτελείας να διαπραγματεύονται καλύτερες τιμές για υλικά και εξοπλισμό, εξοικονομώντας κόστη παραγωγής.
- Μάρκετινγκ και Προώθηση: Μεγαλύτερα ξενοδοχεία έχουν τη δυνατότητα να επενδύουν περισσότερο σε μάρκετινγκ και διαφήμιση, αυξάνοντας την αναγνωρισιμότητά τους και τον αριθμό των κρατήσεων.
- Αειφορία: Μεγαλύτερα καταλύματα μπορούν να επενδύουν περισσότερο σε πρακτικές αειφορίας και περιβαλλοντικής φιλικότητας, προσελκύοντας ευαίσθητοποιημένους πελάτες.

Οι παράγοντες αυτοί τους επιτρέπουν να διαπραγματεύονται καλύτερες τιμές με τους προμηθευτές, να παρέχουν ευρύτερο φάσμα υπηρεσιών και να επενδύουν στο μάρκετινγκ και τις υποδομές. Οι νεοεισερχόμενοι θα δυσκολευτούν να ανταγωνιστούν σε αυτή την κλίμακα και ίσως δυσκολευτούν να επιτύχουν αποδοτικότητα κόστους.

Απαιτήσεις σε κεφάλαιο για είσοδο:

Οι κεφαλαιακές απαιτήσεις για την είσοδο στον ξενοδοχειακό κλάδο 5 αστέρων στη Μεσσηνία είναι σημαντικές. Τα ξενοδοχεία της περιοχής διαθέτουν σε μεγάλο βαθμό πολυτελείς ανέσεις, υπερσύγχρονες υποδομές και σχολαστική διαμόρφωση του τοπίου για να προσφέρουν στους επισκέπτες μια κορυφαία εμπειρία. Οι νεοεισερχόμενοι θα χρειαστούν σημαντικές αρχικές επενδύσεις για να ανταποκριθούν σε αυτά τα πρότυπα και να αποκτήσουν ή να κατασκευάσουν ακίνητα σε προνομιακές τοποθεσίες. Αυτό αποτελεί σημαντικό εμπόδιο εισόδου.

Διαφοροποίηση προϊόντος:

Η διαφοροποίηση του προϊόντος είναι βασικός παράγοντας στον ξενοδοχειακό κλάδο και τα καθιερωμένα ξενοδοχεία 5 αστέρων στη Μεσσηνία έχουν βελτιώσει τις προσφορές τους ώστε να ανταποκρίνονται στις διαφορετικές ανάγκες των πελατών. Παρέχουν ποικιλία δωματίων, επιλογών εστίασης, ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών spa, προσφέροντας στους επισκέπτες μια αξέχαστη εμπειρία. Οι νεοεισερχόμενοι θα χρειαστούν καινοτόμες στρατηγικές για τη διαφοροποίηση του προϊόντος για να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά.

Πρόσβαση σε κανάλια διανομής:

Τα ξενοδοχεία 5 αστέρων στη Μεσσηνία, ιδίως εκείνα που ανήκουν σε διεθνείς ξενοδοχειακές αλυσίδες, έχουν καθιερωμένα κανάλια διανομής, πρόσβαση σε παγκόσμια συστήματα κρατήσεων, συνεργασίες με ταξιδιωτικά γραφεία και ισχυρή διαδικτυακή παρουσία. Οι νεοεισερχόμενοι ενδέχεται να δυσκολευτούν να αποκτήσουν προβολή και να ανταγωνιστούν την εμβέλεια μάρκετινγκ των υφιστάμενων παικτών, γεγονός που μπορεί να περιορίσει την ικανότητά τους να προσελκύσουν επισκέπτες.

Θεσμικά Εμπόδια:

Η ύπαρξη επίσημων κριτηρίων αξιολόγησης και διατάξεων για την πιστοποίηση των αστέρων από Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, προσθέτει ένα επιπλέον βαθμό δυσκολίας από άποψη θεσμικών εμποδίων.

Συμπερασματικά, αν και η απειλή των νεοεισερχόμενων στον ξενοδοχειακό κλάδο 5 αστέρων στη Μεσσηνία δεν είναι ανυπέρβλητη, παραμένει σχετικά υψηλή.

Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Αριθμός ανταγωνιστών:

Η Μεσσηνία φιλοξενεί ένα ανταγωνιστικό τοπίο με 12 ξενοδοχεία 5 αστέρων, εκ των οποίων τα 5 ανήκουν στην Costa Navarino και έχουν δημιουργήσει πολύ ισχυρό όνομα. Ενώ αυτός ο ανταγωνισμός μπορεί να είναι έντονος, αποτελεί απόδειξη της ελκυστικότητας της περιοχής ως τουριστικού προορισμού. Οι υπάρχοντες παίκτες έχουν ισχυρή παρουσία, εξυπηρετώντας ένα ευρύ φάσμα επισκεπτών.

Ποικιλία ανταγωνιστών:

Η περιοχή μπορεί να υπερηφανεύεται για μια ποικιλία ανταγωνιστών, συμπεριλαμβανομένων μεγάλων διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων, μπουτίκ ξενοδοχείων και πολυτελών καταλυμάτων τοπικής ιδιοκτησίας. Αυτή η ποικιλομορφία προσφέρει στους ταξιδιώτες ένα ευρύ φάσμα επιλογών και εμπειριών, γεγονός που εντείνει τον ανταγωνισμό.

Ρυθμός ανάπτυξης:

Ο ρυθμός ανάπτυξης του αριθμού των ξενοδοχείων 5 αστέρων στη Μεσσηνία ήταν σχετικά σταθερός, με κάποιες περιόδους επέκτασης. Ωστόσο, υπάρχει ένας βαθμός

κορεσμού, ιδίως σε προνομιακές παραθαλάσσιες τοποθεσίες. Οι νεοεισερχόμενοι ενδέχεται να αντιμετωπίσουν δυσκολίες στην εξασφάλιση προνομιακών εκτάσεων για ανάπτυξη.

Σταθερό κόστος:

Οι υφιστάμενοι παίκτες έχουν ήδη πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές, ανέσεις και υπηρεσίες. Το υψηλό σταθερό κόστος που συνδέεται με τη διατήρηση αυτών των περιουσιακών στοιχείων μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο στην έξοδο για τα καθιερωμένα ξενοδοχεία. Οι νεοεισερχόμενοι πρέπει να λάβουν υπόψη τους αυτά τα κόστη κατά την είσοδό τους στην αγορά.

Εμπόδια εξόδου:

Ο κλάδος των πολυτελών ξενοδοχείων χαρακτηρίζεται από υψηλούς φραγμούς στην έξοδο. Τα εμπόδια αυτά περιλαμβάνουν όχι μόνο τις οικονομικές πτυχές αλλά και το κόστος φήμης της εξόδου από την αγορά. Τα υπάρχοντα ξενοδοχεία έχουν επενδύσει στην οικοδόμηση της μάρκας και της φήμης τους, γεγονός που καθιστά λιγότερο πιθανό το να αποχωρήσουν, εκτός αν αντιμετωπίσουν ανυπέρβλητες προκλήσεις.

Συμπερασματικά, ο ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων ξενοδοχείων 5 αστέρων στη Μεσσηνία χαρακτηρίζεται ως υψηλός.

Απειλή υποκατάστατων

Η απειλή των υποκατάστατων στον κλάδο των ξενοδοχείων 5 αστέρων στη Μεσσηνία μπορεί να αξιολογηθεί με βάση δύο βασικούς παράγοντες: την πιθανότητα ολικής αντικατάστασης και το κατά πόσον τα υποκατάστατα μπορούν να έχουν επίπτωση στα περιθώρια κέρδους των κυρίων προϊόντων.

Δυνατότητα ολικής αντικατάστασης:

Η πιθανότητα ολικής αντικατάστασης είναι σχετικά χαμηλή λόγω των μοναδικών προσφορών και εμπειριών που παρέχουν τα ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, των αποκλειστικών ανέσεων και της εστίασης στην πολυτέλεια. Παρόλο που υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές διαμονής, όπως τα Airbnb (περί τα 1.000 καταλύματα παντός τύπου) ή οι ενοικιάσεις διακοπών, δεν παρέχουν δεν προσφέρουν το ίδιο επίπεδο πολυτέλειας

και ανέσεων και δεν μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως την ιδιαίτερη ελκυστικότητα των ξενοδοχείων 5 αστέρων.

Επιπτώσεις στα περιθώρια κέρδους:

Τα υποκατάστατα, είναι λιγότερο πιθανό να ασκήσουν σημαντική καθοδική πίεση στα περιθώρια κέρδους των καθιερωμένων ξενοδοχείων 5 αστέρων στη Μεσσηνία. Τα ξενοδοχεία αυτά έχουν εδραιώσει τη φήμη και το εμπορικό σήμα τους, προσελκύοντας μια συγκεκριμένη πελατεία που αναζητά υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Οι μοναδικές προτάσεις πώλησης αυτών των ξενοδοχείων, όπως οι υπηρεσίες spa, οι αθλητικές εγκαταστάσεις, το καλό φαγητό και οι εγκαταστάσεις αναψυχής, τα διαφοροποιούν από τα πιθανά υποκατάστατα. Ενώ τα υποκατάστατα μπορεί να απευθύνονται σε ταξιδιώτες με χαμηλότερο προϋπολογισμό, το πολυτελές τμήμα στο οποίο απευθύνονται τα ξενοδοχεία 5 αστέρων παραμένει σχετικά απομονωμένο από τον ανταγωνισμό αυτό.

Συνεπώς, η απειλή των υποκατάστατων φαίνεται να είναι μέτρια προς χαμηλή στον τομέα της υψηλής κατηγορίας φιλοξενίας στη Μεσσηνία.

Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Συγκέντρωση αγοραστών:

Η συγκέντρωση αγοραστών στον κλάδο των ξενοδοχείων 5 αστέρων στη Μεσσηνία είναι μέτρια. Ενώ οι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή όλο το χρόνο, υπάρχουν εποχές αιχμής όπου η ζήτηση αυξάνεται και οι ταξιδιώτες συρρέουν στην περιοχή (μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου κατά κύριο λόγο). Κατά τη διάρκεια αυτών των περιόδων υψηλής ζήτησης, οι αγοραστές έχουν μικρότερη διαπραγματευτική δύναμη, καθώς μπορεί να αντιμετωπίσουν περιορισμένη διαθεσιμότητα δωματίων. Ωστόσο, κατά τη διάρκεια των περιόδων εκτός αιχμής ή των ενδιάμεσων περιόδων, οι αγοραστές ενδέχεται να έχουν μεγαλύτερη δύναμη διαπραγμάτευσης των τιμών και να απαιτούν υψηλότερη αξία για τα χρήματά τους.

Κόστος μετακίνησης:

Το μέτριο προς χαμηλό κόστος μετακίνησης των αγοραστών ενισχύει τη διαπραγματευτική τους δύναμη. Στη Μεσσηνία, οι επισκέπτες που αντιμετωπίζουν δυσарέσκεια ή έχουν καλύτερες εναλλακτικές λύσεις μπορούν εύκολα να μεταβούν

σε άλλα ξενοδοχεία ή πολυτελή καταλύματα. Η ύπαρξη προγραμμάτων επιβράβευσης προσφέρει αντικίνητρο μετακίνησης αλλά σε περιορισμένο βαθμό. Η ευκολία μετακίνησης σε διαφορετικό ξενοδοχείο ή τοποθεσία δίνει στους αγοραστές τη δυνατότητα να απαιτούν ποιότητα και αξία.

Σπουδαιότητα προϊόντος:

Το τυποποιημένο προϊόν στον κλάδο των ξενοδοχείων 5 αστέρων είναι γενικά υψηλής ποιότητας. Ωστόσο, οι αγοραστές σε αυτό το τμήμα έχουν συχνά υψηλές προσδοκίες για πολυτέλεια και υπηρεσίες. Ενώ το βασικό προϊόν είναι εξαιρετικό, η διακύμανση της ποιότητας μεταξύ των ξενοδοχείων μπορεί να επηρεάσει τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών. Οι αγοραστές που κάνουν διακρίσεις μπορεί να επιλέξουν ξενοδοχεία που υπερέχουν στη διαφοροποίηση των υπηρεσιών τους και κατά συνέπεια η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών αυξάνεται.

Διαθεσιμότητα υποκατάστατων:

Η διαθεσιμότητα υποκατάστατων προϊόντων είναι σχετικά περιορισμένη στο τμήμα των ξενοδοχείων 5 αστέρων. Αν και υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις, όπως τα Airbnb ή οι ενοικιάσεις πολυτελών διακοπών, δεν μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως την εμπειρία που προσφέρουν τα ξενοδοχεία 5 αστέρων. Η διαθεσιμότητα στενών υποκατάστατων είναι περιορισμένη, μειώνοντας τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

Περιθώριο κέρδους ενδιάμεσων αγοραστών:

Το περιθώριο κέρδους των ενδιάμεσων αγοραστών, όπως τα ταξιδιωτικά γραφεία ή οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, μπορεί να επηρεάσει τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών. Εάν οι ενδιάμεσοι διαπραγματευτούν μειωμένες τιμές με τα ξενοδοχεία, ενδέχεται να μεταβιβάσουν την εξοικονόμηση κόστους στους τελικούς αγοραστές. Αυτή η δυναμική μπορεί να δώσει στους αγοραστές τη δυνατότητα να απαιτήσουν χαμηλότερες τιμές αλλά στην περίπτωση μας το περιθώριο κέρδους των ενδιάμεσων είναι σχετικά χαμηλό καθώς η δεδομένη αγορά δεν εξαρτάται ιδιαίτερα από αυτούς.

Δυνατότητα ολοκλήρωσης προς τα πίσω:

Η ικανότητα οπισθοδρομικής ολοκλήρωσης ορισμένων αγοραστών, όπως οι μεγάλες εταιρείες ή οι ταξιδιωτικοί όμιλοι, μπορεί να ενισχύσει τη διαπραγματευτική τους δύναμη, και συμβαίνει σε ορισμένο βαθμό, αλλά μια αντίστοιχη κίνηση στο επίπεδο

των πολυτελών ξενοδοχείων κρίνεται σχετικά δύσκολη λόγω του υψηλού κόστους και της πολυπλοκότητας.

Πληροφόρηση:

Η διαθεσιμότητα πληροφοριών μέσω ηλεκτρονικών πλατφορμών, κριτικών και αξιολογήσεων ενισχύει σημαντικά τους αγοραστές στη Μεσσηνία. Μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με την ποιότητα και τις εμπειρίες που προσφέρουν τα διάφορα ξενοδοχεία, επηρεάζοντας τις επιλογές τους και τη διαπραγματευτική τους θέση.

Συμπερασματικά, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών στον ξενοδοχειακό κλάδο πολυτελείας στη Μεσσηνία είναι μέτρια.

Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Συγκέντρωση προμηθευτών:

Οι προμηθευτές στον κλάδο των πολυτελών ξενοδοχείων στη Μεσσηνία συχνά εξυπηρετούν εγκαταστάσεις υψηλού επιπέδου και είναι σχετικά περιορισμένοι. Ως εκ τούτου, η συγκέντρωση προμηθευτών μπορεί να αποτελέσει πρόκληση. Στους βασικούς προμηθευτές περιλαμβάνονται εκείνοι που παρέχουν λευκά είδη υψηλής ποιότητας, τρόφιμα και ποτά υψηλής ποιότητας και μοναδικά τοπικά προϊόντα. Η περιορισμένη δεξαμενή αυτών των διακεκριμένων προμηθευτών αυξάνει την διαπραγματευτική τους δύναμη, υπογραμμίζοντας τη σημασία της δημιουργίας ισχυρών, μακροπρόθεσμων σχέσεων με αυτούς τους επιλεγμένους προμηθευτές για τη διατήρηση της ποιότητας και της αποκλειστικότητας που συνδέεται με τα πολυτελή ξενοδοχεία στην περιοχή.

Ύπαρξη ή μη υποκατάστατων:

Στη Μεσσηνία, οι προμηθευτές μοναδικών, τοπικών προϊόντων έχουν ισχυρή θέση σε ό,τι αφορά τα εξειδικευμένα προϊόντα υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών αλλά και την δυνατότητα παραγωγής ικανών ποσοτήτων. Για παράδειγμα, οι προμηθευτές ιδιαίτερων τοπικών κρασιών μπορεί να έχουν ενισχυμένη διαπραγματευτική δύναμη.

Διαφοροποίηση προϊόντων των προμηθευτών:

Οι προμηθευτές που προσφέρουν διαφοροποιημένα, υψηλής ποιότητας προϊόντα μπορούν να έχουν μεγαλύτερη επιρροή. Στο τμήμα των πολυτελών ξενοδοχείων, τα

ξενοδοχεία αναζητούν μοναδικές και υψηλής ποιότητας προμήθειες. Οι προμηθευτές που παρέχουν εξειδικευμένα, υψηλής ποιότητας ή αποκλειστικά προϊόντα μπορούν να διαπραγματευτούν από θέση ισχύος.

Δυνατότητα ολοκλήρωσης προς τα εμπρός:

Οι προμηθευτές με δυνατότητα μελλοντικής ενσωμάτωσης, όπως η δημιουργία δικών τους μπουτίκ ξενοδοχείων ή εστιατορίων, μπορεί να έχουν αυξημένη διαπραγματευτική δύναμη, αλλά πρόκειται για μια σχετικά απίθανη εκδοχή που δύσκολα μπορεί να πραγματοποιηθεί, λόγω του υψηλού κόστους, τη ανάγκης εξειδίκευσης και τεχνογνωσίας.

Σημαντικότητα του πελάτη για τον προμηθευτή:

Οι προμηθευτές στη Μεσσηνία είναι πολύ πιθανό να δίνουν προτεραιότητα στις σχέσεις τους με τα μεγαλύτερα και τα ισχυρότερα πολυτελή ξενοδοχεία της περιοχής, καθώς αποτελούν κρίσιμους πελάτες με σταθερά πολύ υψηλή ζήτηση.

Συμπερασματικά, η διαπραγματευτική ισχύς των προμηθευτών στον ξενοδοχειακό κλάδο πολυτελείας στη Μεσσηνία κρίνεται ως μέτρια προς υψηλή.

3.3.2. Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT που ακολουθεί αναδεικνύει τα εσωτερικά πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες της επιχείρησης, καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που δύναται να αντιμετωπίσει στο εξωτερικό περιβάλλον. Μέσω της παρούσας ανάλυσης θα εντοπιστούν από την μία τα στοιχεία υψηλής επίδοσης των ιδρυτών της επιχείρησης, είτε υλικά είτε άυλα, που ενδέχεται να βοηθήσουν στην πραγματοποίηση των στόχων τους, αλλά και οι εγγενείς αδυναμίες αυτών που μπορεί να εμποδίσουν την επιχείρηση να επιτύχει τους ίδιους στόχους. Από την άλλη, στο εξωτερικό περιβάλλον, εξετάζονται οι ευκαιρίες ως περιβαλλοντικές τάσεις που μπορεί να εκμεταλλευτεί η επιχείρηση, καθώς και οι απειλές που μπορεί να αντιμετωπίσει και να χρειαστεί να αντισταθμίσει. Συνολικά, ο στόχος είναι η βελτίωση στους τομείς όπου υπάρχουν αδυναμίες, χρησιμοποιώντας τις δυνάμεις της επιχείρησης για την αξιοποίηση ευκαιριών και την αντιμετώπιση απειλών.

Δυνατά σημεία

- Εμπειρία διοίκησης πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων

- Δίκτυο επαφών σε τουριστικό & ξενοδοχειακό κλάδο
- Εμπειρία και αναγνωρισιμότητα στον τομέα της μόδας και της τέχνης
- Επαφές και συνεργασία με δημόσια πρόσωπα
- Γνωριμία και καλές σχέσεις με τοπικούς παράγοντες
- Οικονομική ευμάρεια
- Εξοικείωση με πολυπολιτισμικότητα
- Υψηλό εκπαιδευτικό επίπεδο και πολύπλευρες γνώσεις
- Εμπιστοσύνη και άριστη επικοινωνία

Αδύναμα σημεία

- Περιορισμένη εμπειρία στη λειτουργία ξενοδοχείων στην Πύλο
- Πιθανή δυσκολία ενσωμάτωσης του ξενοδοχειακού ομίλου στην Πύλο

Ευκαιρίες

- Σταθερή ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα
- Διαθεσιμότητα τραπεζικών προϊόντων & επιχορηγήσεων σχεδιασμένων για τον ξενοδοχειακό κλάδο
- Αύξηση ζήτησης υπερπολυτελών και πολυτελών τουριστικών καταλυμάτων
- Ευκολία προσέγγισης ευρύτερου κοινού μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης
- Ευνοϊκές τεχνολογικές εξελίξεις (δίκτυο 5G)
- Ζήτηση τουριστικών προϊόντων με συνδυαστικό χαρακτήρα

Κίνδυνοι

- Πολιτική αβεβαιότητα & ασταθές οικονομικό περιβάλλον Ελλάδας
- Έντονος ανταγωνισμός εκτός ΕΕ
- Εποχικότητα στον ελληνικό τουρισμό
- Υψηλό κόστος γης και κατασκευής
- Πληθώρα ξενοδοχείων και κίνδυνος κορεσμού

3.4. Στρατηγική & Μάρκετινγκ

Αποστολή: Δημιουργία αξίας στην απαιτητική αγορά των λάτρων της τέχνης και της μόδας, αλλά και ανθρώπων της υψηλής κοινωνίας εν γένει, μέσω της δημιουργίας ενός αποκλειστικού καταφυγίου/κοινότητας εκλεπτυσμένης κομψότητας και καλλιτεχνικής έκφρασης, όπου η τέχνη και η μόδα συγκλίνουν με την απaráμιλλη φιλοξενία.

Όραμα: Η απόλυτη φιλοδοξία μας είναι να γίνουμε το επίκεντρο της τέχνης, της μόδας και του πνεύματος στην Ελλάδα, ένα μέρος συνάντησης ανθρώπων υψηλής αισθητικής, εμπλουτίζοντας τις ζωές των επισκεπτών μας μέσω μιας βαθύτερης σύνδεσης με αυτούς τους χώρους, εξασφαλίζοντας διαρκείς αναμνήσεις και μια βαθιά εκτίμηση για τη δημιουργικότητα που εκτείνεται πέρα από τη διαμονή.

Αξίες: Κομψότητα, τέχνη, άνεση, ανεπιτήδευτη πολυτέλεια, μοναδικότητα, αίσθηση ανήκειν

Στόχοι:

- Ενίσχυση του τουριστικού και ξενοδοχειακού κλάδου της Μεσσηνίας
- Προώθηση της Μεσσηνίας/Πύλου εντός και εντός Ελλάδας
- Προσέλκυση ανθρώπινου δυναμικού εξαιρετικού προφίλ
- Προσέλκυση επισκεπτών σε περιόδους αντι-αιχμής
- Καλλιέργεια της αίσθησης της κοινότητας και παροχή ευκαιριών για προσωπική ανάπτυξη μεταξύ των εργαζομένων
- Παροχή εργασιακής ασφάλειας, ανταγωνιστικών μισθών και ευκαιριών ανάπτυξης στους εργαζόμενους, με έμφαση στην προαγωγή εκ των έσω
- Συμβολή στην τοπική κοινωνία με την ενεργό συμμετοχή σε κοινοτικές πρωτοβουλίες και την προώθηση τοπικών ταλέντων στους τομείς της τέχνης και της μόδας
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον και περιορισμός ρύπων

Σκοποί:

- Καθιέρωση του ξενοδοχείου ως κορυφαίου προορισμού για εμπάθυση στην τέχνη και τη μόδα αλλά και ως κορυφαίο σημείο συνάντησης ανθρώπων του πνεύματος στη Μεσσηνία μέσα στην επόμενη πενταετία.
- Αύξηση της κερδοφορίας κάθε χρόνο κατά τουλάχιστον 6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, επιτυγχάνοντας συνεχή οικονομική ανάπτυξη.

- Κατά τη διάρκεια των επόμενων πέντε ετών, σύναψη συνεργασιών με τοπικούς καλλιτέχνες και σχεδιαστές μόδας, φιλοξενώντας τριμηνιαίες εκθέσεις και επιδείξεις στους δημόσιους χώρους του ξενοδοχείου.
- Φιλοξενία τουλάχιστον 10 διεθνών επιδείξεων μόδας εντός των επόμενων πέντε ετών.
- Ανάπτυξη και εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου σχεδίου βιωσιμότητας, μειώνοντας την κατανάλωση νερού και ενέργειας κατά 15% εντός πέντε ετών.

Πολιτικές:

- Πολιτική εξυπηρέτησης με επίκεντρο τον επισκέπτη: Εξατομικευμένες υπηρεσίες, πρόβλεψη των αναγκών των επισκεπτών και υπέρβαση των προσδοκιών τους για τη βελτίωση της συνολικής τους εμπειρίας.
- Πολιτική ενσωμάτωσης της τέχνης και της μόδας: Ενεργή ενσωμάτωση της τέχνης και της μόδας σε όλες τις πτυχές του ξενοδοχείου, διασφαλίζοντας ότι κάθε χώρος, εκδήλωση και εμπειρία αντικατοπτρίζει τη δέσμευσή για πολιτιστική εμπάθυνση και δημιουργικότητα.
- Πολιτική βιωσιμότητας και περιβάλλοντος: Βιώσιμες λειτουργίες, με έμφαση στην αποδοτικότητα των πόρων, τη μείωση των αποβλήτων και τις φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές για την ελαχιστοποίηση του περιβαλλοντικού μας αποτυπώματος.
- Πολιτική ανάπτυξης και εξέλιξης των εργαζομένων: Η πολιτική μας είναι να παρέχουμε στους εργαζομένους μας ευκαιρίες ανάπτυξης και εξέλιξης, προωθώντας την ασφάλεια της απασχόλησης, ανταγωνιστικούς μισθούς και μια κουλτούρα συνεχούς μάθησης και εξέλιξης.
- Πολιτική δέσμευσης στην κοινότητα και κοινωνικής ευθύνης: Ενεργός συμμετοχής σε πρωτοβουλίες της τοπικής κοινότητας, φιλανθρωπικά ιδρύματα και υποστήριξη τοπικών καλλιτεχνών και σχεδιαστών.
- Πολιτική απαγόρευσης παιδιών/ όριο ηλικίας άνω των 18 ετών

3.4.1. Διαμόρφωση Στρατηγικής

Επιχειρησιακή (ή εταιρική) στρατηγική – Στρατηγική ανάπτυξης

Η επιχειρησιακή στρατηγική ορίζει την κατεύθυνση προς την οποία πηγαίνουμε και τις επιχειρηματικές δραστηριότητες στις οποίες βρισκόμαστε ή θέλουμε να βρισκόμαστε. Ορίζει το πεδίο της δράσης της επιχείρησης σε όρους κλάδων και αγορών στους οποίους η επιχείρηση ανταγωνίζεται.

Στην δεδομένη περίπτωση, οι δραστηριότητες της επιχείρησης εστιάζονται στον ξενοδοχειακό κλάδο πολυτελείας, με τις προβλέψεις για το μέλλον να αφορούν τον ίδιο κλάδο. Ο ένας εκ των δύο επενδυτών έχει ήδη μια ξενοδοχειακή μονάδα και δεδομένης της επιτυχίας του παρόντος επενδυτικού σχεδίου, θα εξεταστεί η δυνατότητα οριζόντιας ολοκλήρωσης σε άλλη γεωγραφική περιοχή. Λαμβάνοντας βέβαια υπόψη το χαρακτήρα του ξενοδοχειακού συγκροτήματος, ως πιθανή κρίνεται η επέκταση σε τομείς που αφορούν την μόδα ή την τέχνη (συσχετισμένη διαποίκλιση), εκτός του ξενοδοχειακού κλάδου, αλλά κάτι αντίστοιχο δεν προβλέπεται τη δεδομένη στιγμή από τους επενδυτές. Διαφαίνεται, συνολικά, πως η ιδιοκτησία της επιχείρησης επιδιώκει αναπτυξιακή επιχειρησιακή στρατηγική.

Σε ό,τι αφορά την επιβεβαίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης σήμερα, οι ιδιοκτήτες την εξασφαλίζουν με την επικέντρωση σε κλάδους με έντονες προοπτικές ανάπτυξης, όπως ο τουριστικός, και ο ξενοδοχειακός που αποτελεί υποκλάδο του πρώτου. Επίσης, η εστίαση στην μόδα και την τέχνη εν γένει, που αποτελεί μια διαχρονικά σταθερή αγορά, ενδυναμώνει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης σε βάθος χρόνου.

Για την εξασφάλιση της ανταγωνιστικότητας στο μέλλον, προβλέπεται η επανεκτίμηση των εξωτερικών συνθηκών και παραγόντων που επηρεάζουν την ζήτηση και η αναπροσαρμογή βάσει αυτών, διατηρώντας τις βασικές αξίες και το χαρακτήρα της επιχείρησης.

Επιχειρηματική (ή ανταγωνιστική) στρατηγική

Η επιχειρηματική στρατηγική περιγράφει το πώς σκοπεύουμε να ανταγωνιστούμε στις επιλεγμένες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Στοχεύει στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών στην αγορά.

Όπως αναλύθηκε παραπάνω, η επιχείρηση εστιάζει τις δραστηριότητες της στον ξενοδοχειακό κλάδο. Η στρατηγική που επιλέγει για να ξεχωρίσει σε αυτόν είναι εκείνη της διαφοροποίησης με εστίαση, η στόχευση δηλαδή σε ένα πλεονέκτημα διαφοροποίησης σε ένα περιορισμένο τμήμα αγοραστών.

Οι ιδιοκτήτες της επιχείρησης ανταγωνίζονται στην εν λόγω αγορά σήμερα δημιουργώντας ένα μοναδικό προϊόν το οποίο συνδυάζει την πολυτέλεια του ξενοδοχειακού κλάδου με την υψηλή τέχνη και την αίσθηση της κοινότητας, καθιστώντας την μονάδα περιζήτητη μεταξύ των τουριστών πολυτελείας, των καλλιτεχνών και των λάτρων της τέχνης. Οι παραπάνω, θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν μια τιμή που θα υπερβαίνει το κόστος διαφοροποίησης, εφόσον στο παρόν πλαίσιο καλύπτονται οι ιδιαίτερες ανάγκες και απαιτήσεις τους, με αποτέλεσμα την αύξηση των περιθωρίων κέρδους της επιχείρησης.

Για την διαχρονική επιτυχία των στόχων της επιχείρησης, θα γίνεται αναπροσαρμογή στις νέες ανάγκες και τάσεις της αγοράς-στόχου, ώστε το προϊόν να παραμένει πάντα επίκαιρο και κατά συνέπεια επικερδές.

Λειτουργική στρατηγική

Η λειτουργική στρατηγική αφορά τους πόρους και τις ικανότητες που διαθέτουμε για την υποστήριξη των επιχειρηματικών και επιχειρησιακών στρατηγικών, ή αλλιώς, την λεπτομερή ανάπτυξη των πόρων σε λειτουργικό επίπεδο.

Παραγωγή: Έμφαση στις πιο δαπανηρές διαδικασίες διασφάλισης ποιότητας έναντι των φθηνότερων παραγωγών μεγάλου όγκου.

Ανθρώπινοι Πόροι: Έμφαση στην προσεκτική διαλογή και πρόσληψη ανθρώπινου δυναμικού, στην εκπαίδευση αλλά κυρίως στη συντήρηση αυτού.

Μάρκετινγκ: Έμφαση στην έλξη (“pull”) καναλιών διανομής, χρησιμοποιώντας τη διαφήμιση για την αύξηση της ζήτησης των καταναλωτών, έναντι της ώθησης (“push”), δηλαδή μέσω της παροχής υψηλών προμηθειών στους λιανοπωλητές.

Χρηματοοικονομικά: Έμφαση στην χρηματοοικονομική μόχλευση της δανειακής χρηματοδότησης και του μεσοπρόθεσμου χρέους για την ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης.

Έρευνα & Ανάπτυξη: Έμφαση στην τεχνολογική πρωτοπορία για την επίτευξη της στρατηγικής διαφοροποίησης μέσω στρατηγικών συμμαχιών με σχετικές εταιρείες.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία της επιχείρησης είναι η πλήρης συνεργασία των τριών επιπέδων στρατηγικής που διαμορφώνονται από τα διοικητικά στελέχη και υλοποιούνται από το λοιπό προσωπικό της επιχείρησης.

Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Σύμφωνα με τον Thomas Wheelen κ.ά., υπάρχουν 2 ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα βραχυπρόθεσμα, η χαμηλή θέση κόστους και η μοναδικότητα προϊόντος αντιληπτή από τον πελάτη (Wheelen T., Hunger J., Hoffman Al., Bamford C., *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability, 2018*). Στην δεδομένη περίπτωση η μονάδα εστιάζει στην μοναδικότητα του προϊόντος, το οποίο συνδυάζει την πολυτέλεια και την τέχνη σε ένα περιβάλλον που επιτρέπει την διασύνδεση με άτομα υψηλού κοινωνικού και πνευματικού επιπέδου. Πάρα ταύτα, μακροπρόθεσμα μόνο ο άνθρωπος και η κουλτούρα της εταιρείας ορίζουν το διατηρήσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Για αυτόν ακριβώς το λόγο θα δοθεί ύψιστη σημασία στην επιλογή στελεχών και προσωπικού, ώστε το ξενοδοχείο να λειτουργεί από άτομα με αγάπη προς τον άνθρωπο και την φιλοξενία, ακολουθώντας τον δρόμο που όρισαν οι ιδρυτές.

3.4.2. Τμηματοποίηση, Στόχευση και Τοποθέτηση : Διαδικασία STP

Για να καταφέρουν να επιβιώσουν στην σημερινή ανταγωνιστική αγορά, οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν πελατοκεντρικό προσανατολισμό. Εφόσον μια μοναδική επιχείρηση δεν δύναται να ικανοποιήσει όλους τους καταναλωτές, πρέπει να χωρίσει την αγορά σε τμήματα, να επιλέξει αυτά που είναι ελκυστικότερα για το προϊόν του και να σχεδιάσει την κατάλληλη στρατηγική ώστε να τα εξυπηρετήσει. Στην ορολογία Μάρκετινγκ, η παραπάνω διαδικασία ονομάζεται Τμηματοποίηση, Στόχευση και Τοποθέτηση (STP: Segmentation, Targeting, Positioning) (Kotler P., Bowen T, Makens C., *Marketing Hospitality and Tourism, 2010*).

Τμηματοποίηση

Η Τμηματοποίηση της αγοράς των πελατών θα γίνει στην βάση των παρακάτω δημογραφικών, γεωγραφικών, ψυχογραφικών και συμπεριφορικών χαρακτηριστικών.

Τα χαρακτηριστικά της αγοράς-στόχου είναι τα εξής:

- Ζευγάρια χωρίς παιδιά, ζευγάρια που ταξιδεύουν για το μήνα του μέλιτος, ζευγάρια μεγαλύτερης ηλικίας με ενήλικα παιδιά
- Εισοδηματικό επίπεδο: Aspiring Luxury Tourists, Absolute Luxury Tourists και Accessible Luxury Tourists σε μικρότερο βαθμό
- Ηλικιακές κατηγορίες: 30-55 έτη

- Χώρες Προέλευσης: Γερμανία, Γαλλία, Ελβετία, Ην. Βασίλειο, ΗΠΑ, Κίνα, Ιαπωνία, Ρωσία αλλά και Ελλάδα
- Άτομα που επιδιώκουν την ιδιωτικότητα, εξατομίκευση, τελειότητα και άνεση σε κάθε τους ταξίδι και γνωρίζουν να επιβραβεύουν αυτά χαρακτηριστικά
- Λάτρεις της τέχνης, της μόδας και του πνεύματος, άτομα υψηλότερου κοινωνικού και μορφωτικού επιπέδου, που επιδιώκουν την διασύνδεση με άλλα άτομα του κύκλου τους
- Άτομα που δεν επιδιώκουν τις εκπτώσεις επειδή θεωρούν πως μειώνουν το κύρος της επιχείρησης και προσελκύουν άτομα χαμηλότερου επιπέδου

Πέραν του γενικότερου προφίλ που σχηματίστηκε, λόγω της φύσης της μελλοντικής ξενοδοχειακής μονάδας, ως πελάτες-στόχοι θεωρούνται καλλιτέχνες, οι οποίοι θα εκθέσουν τα έργα τους, όπως ζωγράφοι, γλύπτες, φωτογράφοι, ποιητές, σκηνοθέτες και ιδιαίτερα σχεδιαστές μόδας. Φυσικά, ακολουθούν οι λάτρεις των τεχνών και εν γένει άνθρωποι του πνεύματος, αλλά και επιτυχημένοι επιχειρηματίες, επιστήμονες και πολιτικοί παράγοντες οι οποίοι επιθυμούν να κάνουν διασυνδέσεις με άτομα υψηλών κύκλων και να ενδώσουν στην άριστη παροχή υπηρεσιών.

Στόχευση

Η στόχευση γίνεται με την επικέντρωση στα πιο επικερδή τμήματα της αγοράς, από όπου η επιχείρηση επιθυμεί να προσελκύσει και να διατηρήσει πελάτες. Η εν λόγω επιχείρηση σκοπεύει να ομαδοποιήσει τα προαναφερθέντα τμήματα βάσει των κοινών τους χαρακτηριστικών. Πιο συγκεκριμένα, η στρατηγική στόχευσης που θα ακολουθηθεί είναι η Εξειδίκευση Αγοράς, σύμφωνα με την οποία η επιχείρηση επικεντρώνει την στόχευσή της σε μια ομάδα πελατών καλύπτοντας πολλές από τις ανάγκες τους (Kotler P., Bowen T, Makens C., *Marketing Hospitality and Tourism*, 2010). Όπως αναλύθηκε και παραπάνω, η ξενοδοχειακή μονάδα έχει επιλέξει να δημιουργήσει ένα προϊόν προσαρμοσμένο στις ανάγκες των τουριστών πολυτελείας, οι οποίοι ταξιδεύουν χωρίς παιδιά, επιζητούν άριστες υπηρεσίες, επιβραβεύουν την ποιότητα και φροντίζουν οι επιλογές να αντανακλούν κύρος τους και να τους φέρνουν πιο κοντά σε ομοειδείς τους.

Τοποθέτηση

Η τοποθέτηση προϋποθέτει την κατανόηση του καταναλωτή που έχει στοχευθεί, και αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση αποτυπώνεται στο μυαλό του καταναλωτή. Η επιχείρηση επιθυμεί να τοποθετηθεί στο μυαλό του καταναλωτή ως:

- Ένα καταφύγιο εκλεπτυσμένης άνεσης όπου η παραμικρή λεπτομέρεια αποπνέει τελειότητα
- Ένα σημείο συνάντησης με άτομα υψηλού επιπέδου
- Ένας χώρος ψυχαγωγίας όπου υπάρχει πάντα κάτι καινούργιο να μάθεις
- Ένας μοναδικός προορισμός υψηλής ποιότητας που παραμένει ανεπιτήδευτος και αυθεντικός

3.4.3. Μίγμα Μάρκετινγκ

Έχοντας σκιαγραφήσει την Στρατηγική Μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η επιχείρηση, πρέπει να προσδιοριστεί το Μίγμα Μάρκετινγκ, δηλαδή η δέσμη εργαλείων Μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιηθούν για την εφαρμογή της Στρατηγικής. Στο παρόν σημείο της έρευνας θα σχεδιαστούν τα προϊόντα και υπηρεσίες της επιχείρησης, με βάση τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες της στοχευμένης αγοράς, όπως αυτά αναλύθηκαν παραπάνω, και θα αποφασιστεί ο τρόπος διανομής και προώθησης αυτών.

Product – Προϊόν

Το προϊόν είναι ένα υπερπολυτελές ξενοδοχείο μεσαίας δυναμικότητας, αποτελούμενο από 100 δωμάτια (σουίτες & βίλλες) με δυνατότητα φιλοξενίας 222 ατόμων. Οι τύποι δωματίων είναι οι εξής: 43 Junior Suites, 31 Deluxe Suites, 15 Grand Luxe Suites, 6 Panorama Suites, 5 Ether Villas. Ο σχεδιασμός είναι μοντέρνος με σεβασμό στο περιβάλλον. Όλα τα δωμάτια είναι εξοπλισμένα με ιδιωτικές πισίνες και βεράντες, ανεμπόδιστη θέα και ιδιωτικότητα. Η διακόσμηση των δωματίων είναι πολυτελής & υψηλής αισθητικής αλλά ανεπιτήδευτη, με στοιχεία που αντανakλούν την περιοχή και ποικίλα ιδιαίτερα έργα τέχνης. Τα δωμάτια δεν θα αριθμούνται αλλά θα λάβουν ονόματα γνωστών καλλιτεχνών και ανθρώπων του πνεύματος. Τα έργα τέχνης που θα φιλοξενούνται στα δωμάτια θα είναι προς πώληση και θα ανανεώνονται/ανακυκλώνονται ετησίως. Με αυτό τον τρόπο τα δωμάτια θα έχουν κάτι καινούργιο να προσφέρουν ακόμα και στους τακτικούς πελάτες.

Παροχές Μονάδας

- Ολοήμερη υποδοχή (reception) και υπηρεσία δωματίου

- Υπηρεσίες θυρωρού (conciierge)
- Δωρεάν μεταφορά από και προς αεροδρόμιο/λιμάνι
- Προσωποποιημένη υποδοχή (γευστικό ρόφημα βοτάνων & κρύα/ζεστά πετσετάκια αναλόγως εποχής)
- Υπηρεσίες μπάτλερ & αποθήκευση αποσκευών
- Ισχυρή ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο
- Διοργάνωση εκδηλώσεων
- Πώληση έργων τέχνης
- Πολύγλωσσο προσωπικό
- Χώρος στάθμευσης
- Δωρεάν πρωινό και χρήση των πισινών & γυμναστηρίου του Σπα
- Υπηρεσίες συναλλάγματος & εκταμίευσης
- Αναμνηστικό δώρο (μικρό έργο τέχνης) στους πελάτες που έρχονται πρώτη φορά
- Πρόγραμμα επιβράβευσης τακτικών πελατών (καλάθι με τοπικά προϊόντα, early check-in, late check-out, αναβάθμιση δωματίου βάσει διαθεσιμότητας)
- Πρόσβαση για άτομα με κινητικούς περιορισμούς σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου (+επιγραφές braille)

Παροχές Δωματίων

- Ηχομόνωση υψηλού βαθμού
- Θέρμανση και κλιματισμός
- Σύστημα φωτισμού και ήχου με δυνατότητα εξατομίκευσης
- Mini Bar με τοπικά και ελληνικά προϊόντα
- Δορυφορική τηλεόραση (σύνδεση με Netflix, Apple TV κλπ.)
- Εξωτερική θερμαινόμενη πισίνα
- Εσωτερικό τζακούζι
- Βιβλία και περιοδικά
- Χρηματοκιβώτιο

Παροχές εστίασης

- Εστιατόριο 1: Ελληνικό εστιατόριο – πιάτα εμπνευσμένα από την αρχαία έως την σύγχρονη Ελλάδα, με δυναμικότητα 100 ατόμων. Λειτουργία: μεσημέρι και βράδυ
- Εστιατόριο 2: Fine Dining Experience Restaurant – Εστιατόριο που θα προσφέρει μια διαδραστική, σχεδόν θεατρική εμπειρία, με γεύσεις από όλες τις μεριές του κόσμου, με δυναμικότητα 70 ατόμων. Το μεσημέρι θα λειτουργεί σαν πανοραμικό εστιατόριο και το βράδυ θα υπάρχει θέαμα. Έμπνευση: Ultraviolet by Paul Pairet
- Καφέ-μπαρ με εσωτερικό και εξωτερικό τμήμα
- Ελληνικό πρωινό που θα γίνεται στο Εστιατόριο 1
- Όλες οι παροχές εστίασης είναι ανοικτές για εξωτερικούς πελάτες

Παροχές Σπα

Το ξενοδοχείο θα φιλοξενεί το τρίτο στην Ελλάδα Six Senses Spa, με τα λοιπά δύο να βρίσκονται στην Ελούντα και την Μύκονο.

- Χαρακτηριστικές θεραπείες Six Senses Spa
- Εσωτερική και εξωτερική πισίνα
- Υπερσύγχρονο και πλήρως εξοπλισμένο γυμναστήριο
- Σειρά προϊόντων ευεξίας και ομορφιάς προς πώληση

Ονομασία

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα ονομαστεί Ether Immersion Resort.

Στην αρχαία ελληνική μυθολογία, ο Αιθέρας επέτρεπε στους ανθρώπους να συνδεθούν στην πνευματικότητα και την διαίσθηση. Ήταν η προσωποποίηση του φωτεινού ανώτερου τμήματος του ουρανού και σύμφωνα με τον Ησίοδο ήταν γιος του Ερέβους και της Νυξ. Η επιλογή του συγκεκριμένου ονόματος συμβάλει στην δημιουργία της ταυτότητας του ξενοδοχείου. Ο Αιθέρας θα λάβει ανθρώπινη διάσταση και θα μεταφραστεί ως τα ανώτερα ιδανικά της κοινωνίας, τα οποία εκφράζονται στην ύψιστη μορφή της πνευματικότητας, της τέχνης και της δημιουργίας εν γένει, δημιουργική ενέργεια η οποία όμως γεννάται από τα σκοτεινά βάθη της ανθρώπινης ύπαρξης. Το ουσιαστικό Immersion (=εμβάπτιση, πλήρης βύθιση) συμβολίζει την ολοκληρωτική εμπειρία που θα προσφέρει το ξενοδοχείο, οδηγώντας τους επισκέπτες του σε μια διάσταση ανώτερης ύπαρξης.

Place – Διανομή

Η διανομή του προϊόντος αφορά τον τρόπο με τον οποίο η προσφορά γίνεται διαθέσιμη στους καταναλωτές, δηλαδή οι διαδρομές που ακολουθεί το προϊόν μέχρι να φτάσει στο σημείο πώλησης.

Άμεσα και έμμεσα κανάλια διανομής:

- Απευθείας κρατήσεις μέσω επίσημης ιστοσελίδας της μονάδας
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Social Media)
- Ταξιδιωτικά πρακτορεία με εστίαση σε τουρισμό πολυτελείας
- Διαδικτυακοί ταξιδιωτικοί πράκτορες (Booking, Expedia)

Promotion – Προώθηση

Για την βελτιστοποίηση της προώθησης της ξενοδοχειακή μονάδας το τμήμα Μάρκετινγκ θα αναλάβει την διοργάνωση των παρακάτω:

- Διαφήμιση σε ιστοσελίδες τέχνης & μόδας
- Συνδρομή για παρουσία σε μηχανές αναζήτησης (Meta Ads)
- Συνεργασία με γνωστές διαδικτυακές προσωπικότητες του καλλιτεχνικού και πνευματικού χώρου
- Δημιουργία λογαριασμού του ξενοδοχείου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, Pinterest)
- Έντυπη διαφήμιση σε περιοδικά ταξιδιωτικού & καλλιτεχνικού περιεχομένου
- Δημόσιες σχέσεις με τοπικούς παράγοντες και άτομα του κοινού-στόχου

Price – Τιμολόγηση

Η τιμολογιακή πολιτική της μονάδας είναι ανάλογη:

- της ζήτησης και των προβλέψεων της αγοράς
- των πολιτικών των ανταγωνιστών της περιοχής
- του υψηλού επιπέδου χαρακτήρα του ξενοδοχείου
- των περιθωρίων κέρδους του επενδυτή
- του ελληνικού φορολογικού πλαισίου
- της παρεχόμενης υψηλής ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών

Στον παρακάτω πίνακα αναλύονται οι τιμές των ανταγωνιστών ώστε η πολιτική τιμολόγησης της υπό εξέταση μονάδας να σχεδιαστεί βάσει αυτών.

Πίνακας 27: Τιμές Ανταγωνιστών σε ετήσια βάση

Ξενοδοχείο/ Τιμή Διανυκτέρευσης	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΪΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΜΑΡΤΙΟΣ
Junior Suite	478€ - 850€	492€ - 1200€	657€ - 1710€	947€ - 2070€	1297€ - 2070€	630€ - 1700€	648€ - 1200€	823 €	-	-	368 €	441 €
Deluxe Suite	510€ - 950€	524€ - 1300€	745€ - 1800€	1147€ - 2160€	1536€ - 2160€	717€ - 1800€	736€ - 1300€	878 €	-	-	415 €	450 €
W Costa Navarino	602€ - 1490€	616€ - 2100€	910€ - 3420€	1352€ - 4140€	1711€ - 4140€	883€ - 3400€	901€ - 2100€	947 €	-	-	-	579 €
The Romanos, A Luxury Collection Resort, Costa	-	1160€ - 2275€	1344€ - 3600€	1997€ - 4320€	2460€ - 4320€	1750€ - 3600€	1344€ - 2275€	1.099 €	-	-	-	-
Mandarin Oriental, Costa Navarino	-	3184€ - 4400€	4243€ - 6000€	4785€ - 7500€	5360€ - 7500€	4470€ - 5600€	3760€ - 4400€	-	-	-	-	-

Το ξενοδοχείο θα λειτουργεί σε βάση 10 μηνών, από μέσα Μαρτίου έως Δεκέμβρη, ώστε να καθιερωθεί στην περιοχή, αξιοποιώντας την χαμηλή αλλά υπαρκτή ζήτηση κατά τους μήνες Νοέμβριο-Δεκέμβριο, περίοδο κατά την οποία η πλειονότητα των ανταγωνιστών δεν είναι σε λειτουργία.

Οι τιμές θα είναι προκαθορισμένες ανά μήνα με τις περιόδους ζήτησης να χωρίζονται ως εξής:

- Χαμηλή περίοδος λειτουργίας: Μάρτιος, Νοέμβριος, Δεκέμβριος
- Μεσαία περίοδος λειτουργίας: Απρίλιος, Μάιος, Οκτώβριος
- Υψηλή περίοδος λειτουργίας: Ιούνιος, Σεπτέμβριος
- Πολύ υψηλή περίοδος λειτουργίας: Ιούλιος, Αύγουστος

Σε ότι αφορά αναπροσαρμογές τιμών, δεν θα γίνονται προσφορές ώστε να επιτευχθούν τα επιθυμητά επίπεδα πληρότητας. Η μόνη έκπτωση θα αφορά διαμονή πάνω από 7 ημέρες (-7%) και έγκαιρη κράτηση τουλάχιστον 3 μήνες πριν την άφιξη (-10%).

3.5. Προσδιορισμός Εσόδων & Πληρότητας

Για τον προσδιορισμό της πληρότητας του καταλύματος θα χρησιμοποιήσουμε ως βάση το μέσο όρο πληρότητας στην Περιφερειακή Ενότητα της Μεσσηνίας μεταξύ 2019-2022 (34-41%) αλλά σε υψηλότερο επίπεδο, δεδομένων και των ποσοστών πληρότητας των άμεσων ανταγωνιστών. Η πληρότητα αυξάνεται κατά 3% ετησίως δεδομένου του γρήγορου ρυθμού

ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου της ευρύτερης περιοχής αλλά και της γνωστοποίησης της επιχείρησης.

Πίνακας 28: Προσδιορισμός Πληρότητας Καταλύματος

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ					
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ ΕΤΟΣ	2026	2027	2028	2029	2030
Αριθμός δωματίων	100	100	100	100	100
Αριθμός κλινών	222	222	222	222	222
Συνολική δυναμικότητα (%)	100%	100%	100%	100%	100%
Εκτιμώμενη πληρότητα (%)	55%	58%	61%	64%	67%
Εκτιμώμενη πληρότητα (σε διαν.)	16.167	17.037	17.907	18.777	19.647

Έσοδα

Τα έσοδα από τα δωμάτια υπολογίζονται ανά μήνα και ανά τύπο δωματίου:

Έσοδα = αριθμός δωματίων * τιμή δωματίου * ημέρες λειτουργίας * πληρότητα μήνα

Junior Suite: 43 δωμάτια δυναμικότητας 2 ατόμων

Deluxe Suite: 31 δωμάτια δυναμικότητας 2 ατόμων

Grand Luxe Suite: 15 δωμάτια δυναμικότητας 2 ατόμων

Panorama Suite: 6 δωμάτια δυναμικότητας 4 ατόμων

Villa Ether: 5 δωμάτια δυναμικότητας 4 ατόμων

Οι τιμές των δωματίων θα αυξάνονται κατά 1,5% τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης και έπειτα θα υπάρξει αναπροσαρμογή αναλόγως της ζήτησης και των συνθηκών.

Πίνακας 29: Τιμή ανά Τύπο Δωματίου

ΤΙΜΗ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΔΩΜΑΤΙΟΥ										
Τιμή Διανυκτέρευσης	ΜΑΡΤΙΟΣ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΜΑΪΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
Junior Suite (JS)	470 €	550 €	600 €	770 €	1.060 €	1.230 €	900 €	750 €	600 €	650 €
Deluxe Suite (DS)	540 €	650 €	700 €	810 €	1.200 €	1.560 €	1.070 €	800 €	670 €	730 €
Grand Luxe Suite (GLS)	690 €	800 €	850 €	1.010 €	1.530 €	1.780 €	1.280 €	980 €	790 €	870 €
Panorama Suite (PANO)	880 €	1.000 €	1.100 €	1.350 €	2.040 €	2.450 €	1.920 €	1.130 €	920 €	1.010 €
Villa Ether (ETH)	950 €	1.300 €	1.450 €	1.800 €	2.600 €	3.150 €	2.540 €	1.660 €	1.260 €	1.160 €
Μ.Ο	706 €	860 €	940 €	1.148 €	1.686 €	2.034 €	1.542 €	1.064 €	848 €	884 €
ΕΤΗΣΙΟΣ ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ :										1.171 €

Πίνακας 30: Έσοδα Δωματίων - 1ο Έτος Λειτουργίας

1ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘ. ΚΛΙΝΩΝ	ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	ΤΙΜΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
100	222	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	43%	1.290	3.612	860 €	1.109.400 €
100	222	ΜΑΪΟΣ	51%	1.581	4.427	940 €	1.486.140 €
100	222	ΙΟΥΝΙΟΣ	62%	1.860	5.208	1.148 €	2.135.280 €
100	222	ΙΟΥΛΙΟΣ	70%	2.170	6.076	1.686 €	3.658.620 €
100	222	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	73%	2.263	6.336	2.034 €	4.602.942 €
100	222	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	65%	1.950	5.460	1.542 €	3.006.900 €
100	222	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	50%	1.550	4.340	1.064 €	1.649.200 €
100	222	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	42%	1.260	3.528	848 €	1.068.480 €
100	222	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	53%	1.643	4.600	884 €	1.452.412 €
100	222	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΜΑΡΤΙΟΣ	40%	600	1.680	706 €	423.600 €
100	222	ΣΥΝΟΛΟ	55%	16.167	45.268	1.171 €	20.592.974 €

Πίνακας 31: Έσοδα Δωματίων - 2ο Έτος Λειτουργίας

2ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘ. ΚΛΙΝΩΝ	ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	ΤΙΜΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
100	222	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	46%	1.380	3.864	873 €	1.204.602 €
100	222	ΜΑΪΟΣ	54%	1.674	4.687	954 €	1.597.163 €
100	222	ΙΟΥΝΙΟΣ	65%	1.950	5.460	1.165 €	2.272.179 €
100	222	ΙΟΥΛΙΟΣ	73%	2.263	6.336	1.711 €	3.872.649 €
100	222	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	76%	2.356	6.597	2.065 €	4.863.986 €
100	222	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	68%	2.040	5.712	1.565 €	3.192.865 €
100	222	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	53%	1.643	4.600	1.080 €	1.774.374 €
100	222	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	45%	1.350	3.780	861 €	1.161.972 €
100	222	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	56%	1.736	4.861	897 €	1.557.643 €
100	222	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΜΑΡΤΙΟΣ	43%	645	1.806	717 €	462.201 €
100	222	ΣΥΝΟΛΟ	58%	17.037	47.704	1.189 €	21.959.635 €

Πίνακας 32: Έσοδα Δωματίων - 3ο Έτος Λειτουργίας

3ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘ. ΚΛΙΝΩΝ	ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	ΤΙΜΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
100	222	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	49%	1.470	4.116	886 €	1.302.410 €
100	222	ΜΑΪΟΣ	57%	1.767	4.948	968 €	1.711.183 €
100	222	ΙΟΥΝΙΟΣ	68%	2.040	5.712	1.183 €	2.412.705 €
100	222	ΙΟΥΛΙΟΣ	76%	2.356	6.597	1.737 €	4.092.276 €
100	222	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	79%	2.449	6.857	2.095 €	5.131.825 €
100	222	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	71%	2.130	5.964	1.589 €	3.383.733 €
100	222	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	56%	1.736	4.861	1.096 €	1.902.933 €
100	222	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	48%	1.440	4.032	874 €	1.258.028 €
100	222	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	59%	1.829	5.121	911 €	1.665.705 €
100	222	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΜΑΡΤΙΟΣ	46%	690	1.932	727 €	501.864 €
100	222	ΣΥΝΟΛΟ	61%	17.907	50.140	1.207 €	23.362.662 €

Πίνακας 33: Έσοδα Δωματίων - 4ο Έτος Λειτουργίας

4ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘ. ΚΛΙΝΩΝ	ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	ΤΙΜΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
100	222	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	52%	1.560	4.368	899 €	1.402.882 €
100	222	ΜΑΪΟΣ	60%	1.860	5.208	983 €	1.828.264 €
100	222	ΙΟΥΝΙΟΣ	71%	2.130	5.964	1.200 €	2.556.935 €
100	222	ΙΟΥΛΙΟΣ	79%	2.449	6.857	1.763 €	4.317.621 €
100	222	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	82%	2.542	7.118	2.127 €	5.406.605 €
100	222	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	74%	2.220	6.216	1.612 €	3.579.608 €
100	222	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	59%	1.829	5.121	1.113 €	2.034.949 €
100	222	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	51%	1.530	4.284	887 €	1.356.705 €
100	222	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	62%	1.922	5.382	924 €	1.776.658 €
100	222	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΜΑΡΤΙΟΣ	49%	735	2.058	738 €	542.613 €
100	222	ΣΥΝΟΛΟ	64%	18.777	52.576	1.225 €	24.802.839 €

Πίνακας 34: Έσοδα Δωματίων - 5ο Έτος Λειτουργίας

5ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΑΡΙΘ. ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘ. ΚΛΙΝΩΝ	ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ	ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	ΤΙΜΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
100	222	ΑΠΡΙΛΙΟΣ	55%	1.650	4.620	913 €	1.506.075 €
100	222	ΜΑΪΟΣ	63%	1.953	5.468	998 €	1.948.472 €
100	222	ΙΟΥΝΙΟΣ	74%	2.220	6.216	1.218 €	2.704.949 €
100	222	ΙΟΥΛΙΟΣ	82%	2.542	7.118	1.789 €	4.548.805 €
100	222	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	85%	2.635	7.378	2.159 €	5.688.473 €
100	222	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	77%	2.310	6.468	1.637 €	3.780.598 €
100	222	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	62%	1.922	5.382	1.129 €	2.170.497 €
100	222	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	54%	1.620	4.536	900 €	1.458.059 €
100	222	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	65%	2.015	5.642	938 €	1.890.564 €
100	222	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	-	-	-	-	-
100	222	ΜΑΡΤΙΟΣ	52%	780	2.184	749 €	584.472 €
100	222	ΣΥΝΟΛΟ	67%	19.647	55.012	1.243 €	26.280.964 €

Λοιπά έσοδα

Έσοδα Εστιατορίων & Σπα: Για τον υπολογισμό των εσόδων των εστιατορίων λαμβάνεται υπόψη η δυναμικότητα & η συχνότητα χρήσης της εκάστοτε εγκατάστασης, οι ημέρες λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας που ανέρχονται στις 291 αλλά και η κατανάλωση ανά άτομο. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι τα εστιατόρια λειτουργούν δύο φορές τη μέρα. Τέλος, οι εξωτερικοί πελάτες υπολογίζονται περί τους 4.500 το χρόνο και για τα 2 εστιατόρια, δηλαδή περίπου 15 την ημέρα, για το καφέ-μπαρ υπολογίστηκαν στους 2.100 το χρόνο δηλαδή 7 την ημέρα και για το Σπα 2.000, δηλαδή περίπου 6 την ημέρα. Η ετήσια αύξηση του αριθμού των εξωτερικών επισκεπτών ορίζεται στο 10% ανά έτος. Να

τονιστεί ακόμα πως τα έσοδα του Σπα διαμοιράζονται ως εξής· 30% των εσόδων παρακρατούνται από την αλυσίδα Six Senses και το υπόλοιπο 70% από το ξενοδοχείο.

Για τον υπολογισμό των εσόδων των εστιατορίων θα χρησιμοποιηθεί ο ετήσιος αριθμός επισκεπτών της μονάδας καθώς και η πληρότητα της κάθε εγκατάστασης με βάση τους τύπους που δίνονται παρακάτω.

Επιπλέον, η συχνότητα χρήσης των μονάδων υπολογίζεται στις 1,5 επισκέψεις και για τα δύο Εστιατόρια και 2 για το καφέ-μπαρ, δεδομένης της μακράς διάρκειας παραμονής των επισκεπτών στην περιοχή.

Δυναμικότητα Εστιατορίου 1: 100 άτομα, μέση τιμή ανά άτομο 60€, 2 επισκέψεις ανά διαμονή

Δυναμικότητα Εστιατορίου 2: 70 άτομα, μέση τιμή ανά άτομο 150€, 1 επίσκεψη ανά διαμονή

Δυναμικότητα Καφέ-μπαρ : 75 άτομα, μέση τιμή ανά άτομο 20€, 2 επισκέψεις ανά διαμονή

Δυναμικότητα Σπα: 250 άτομα, μέση τιμή ανά άτομο 110€ (τιμολόγηση βάσει του Six Senses Spa στην Μύκονο & στην Ελούντα) εκ των οποίων κρατείται το 30%, δηλαδή 45€, με τα 75€ να μένουν στο ξενοδοχείο), 2 επισκέψεις ανά διαμονή

Βασιζόμενοι στα παραπάνω στοιχεία μπορούμε να βρούμε την μέγιστη δυναμικότητα των εστιατορίων αλλά και την πληρότητα αυτών από τους παρακάτω τύπους:

Μέγιστη δυναμικότητα εστιατορίων ανά έτος = δυναμικότητα εστιατορίων * 2 * ημέρες λειτουργίας = 98.940

Μέγιστη δυναμικότητα μπαρ ανά έτος = δυναμικότητα καφέ-μπαρ * 2 * ημέρες λειτουργίας = 43.650

Μέγιστη δυναμικότητα Σπα ανά έτος = δυναμικότητα Σπα * ημέρες λειτουργίας = 72.750

Πληρότητα Εστιατορίων = (όγκος επισκεπτών ανά έτος / μέγιστη δυναμικότητα ανά έτος) * μέσος όρος επίσκεψης ανά επισκέπτη ανά διαμονή = $(45.268 / 98.940) * 1,5 = 68\%$

Πληρότητα Καφέ-Μπαρ = (όγκος επισκεπτών ανά έτος / μέγιστη δυναμικότητα ανά έτος) * μέσος όρος επίσκεψης ανά επισκέπτη ανά διαμονή = $(45.268 / 43.650) * 2 = 207\%$

Πληρότητα Σπα = (όγκος επισκεπτών ανά έτος / μέγιστη δυναμικότητα ανά έτος) * μέσος όρος επίσκεψης ανά επισκέπτη ανά διαμονή = $(45.268 / 72.750) * 2,5 = 155\%$

Τέλος, η πληρότητα προβλέπεται να αυξάνεται κατά 2% κάθε έτος.

Έσοδα από Εκδηλώσεις:

- Ενοικίαση χώρου εκδήλωσης

Χώρος εκδηλώσεων 1: Αν ο χώρος αυτός ενοικιάζεται για εκδηλώσεις περίπου 20 φορές το χρόνο με μέση τιμή 10.000€ ανά εκδήλωση, τα ετήσια έσοδα από το χώρο αυτό θα μπορούσαν να είναι περίπου 200.000€.

Χώρος Εκδηλώσεων 2: Αν υποθέσουμε ότι ο χώρος αυτός ενοικιάζεται για εκδηλώσεις 15 φορές το χρόνο με μέση τιμή 8.000€ ανά εκδήλωση, τα ετήσια έσοδα θα μπορούσαν να είναι περίπου 120.000€.

Πολυτελής διάδρομος: Εάν ο χώρος του διαδρόμου χρησιμοποιείται για επιδείξεις μόδας και εκδηλώσεις υψηλού προφίλ 8 φορές το χρόνο με μέση τιμή 15.000€ ανά εκδήλωση, τα ετήσια έσοδα θα μπορούσαν να ανέλθουν σε 120.000€.

- Υπηρεσίες εκδηλώσεων:

Οργάνωση εκδηλώσεων, τροφοδοσία και οπτικοακουστικές υπηρεσίες: Αυτές οι υπηρεσίες θα μπορούσαν να συνεισφέρουν συνολικά επιπλέον 100.000€ σε ετήσια έσοδα, λαμβάνοντας υπόψη την ικανότητα του ξενοδοχείου να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες εκδηλώσεων.

- Επιδείξεις μόδας και εκθέσεις τέχνης:

Έσοδα από πωλήσεις εισιτηρίων και χορηγίες: Αν υποθέσουμε ότι το ξενοδοχείο φιλοξενεί αρκετές επιδείξεις μόδας υψηλού προφίλ και εκθέσεις τέχνης, τα έσοδα από τις πωλήσεις εισιτηρίων θα μπορούσαν δυνητικά να φτάσουν τα 100.000€ ετησίως, ανάλογα με την κλίμακα και την ελκυστικότητα των εκδηλώσεων.

Ακόμα, τελευταία κατηγορία εσόδων αποτελεί η πώληση έργων τέχνης. Το ξενοδοχείο θα χρειαστεί περί τα 400 έργα τέχνης για την διακόσμηση των δωματίων, των χώρων εστίασης και του Σπα εκ των οποίων γίνεται η υπόθεση ότι θα πωλείται το 20% ετησίως. Βάσει υπολογισμών το κόστος για τα έργα θα ανέλθει στα 200.000€ (για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας) και το κόστος μεταπώλησης θα είναι +100% της αρχικής τιμής άρα τα ετήσια έσοδα υπολογίζονται στα 80.000€. Το ποσοστό πωλήσεων υπολογίζεται ότι θα αυξάνεται κατά 2% ετησίως.

Πίνακας 35: Λοιπά Έσοδα - 1ο Έτος Λειτουργίας

ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ 1ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	Πληρότητα	Τιμή/άτομο	Έσοδα από φιλοξενούμενους	Έσοδα από εξωτερικούς επισκέπτες
Έσοδα από Εστιατόριο 1 & 2	68%	105,00 €	3.232.135 €	472.500 €
Έσοδα από μπαρ	207%	30,00 €	2.811.143 €	63.000 €
Έσοδα από Σπα	155%	75,00 €	5.262.405 €	150.000 €
Έσοδα από εκδηλώσεις	-	-	640.000 €	
Έσοδα από έργα τέχνης	-	-	80.000 €	
			11.945.683 €	685.500 €
Σύνολο λοιπών εσόδων			13.351.183 €	

Πίνακας 36: Λοιπά Έσοδα - 2ο Έτος Λειτουργίας

ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ 2ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	Πληρότητα	Τιμή/άτομο	Έσοδα από φιλοξενούμενους	Έσοδα από εξωτερικούς επισκέπτες
Έσοδα από Εστιατόριο 1 & 2	70%	105,00 €	3.506.171 €	519.750 €
Έσοδα από μπαρ	209%	30,00 €	2.990.978 €	69.300 €
Έσοδα από Σπα	157%	75,00 €	5.617.028 €	165.000 €
Έσοδα από εκδηλώσεις	-	-	652.800 €	
Έσοδα από έργα τέχνης	-	-	88.000 €	
			12.766.977 €	754.050 €
Σύνολο λοιπών εσόδων			14.261.827 €	

Πίνακας 37: Λοιπά Έσοδα - 3ο Έτος Λειτουργίας

ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ 3ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	Πληρότητα	Τιμή/άτομο	Έσοδα από φιλοξενούμενους	Έσοδα από εξωτερικούς επισκέπτες
Έσοδα από Εστιατόριο 1 & 2	72%	105,00 €	3.790.584 €	571.725 €
Έσοδα από μπαρ	211%	30,00 €	3.173.862 €	76.230 €
Έσοδα από Σπα	159%	75,00 €	5.979.195 €	181.500 €
Έσοδα από εκδηλώσεις	-	-	665.600 €	
Έσοδα από έργα τέχνης	-	-	96.000 €	
			13.609.241 €	829.455 €
Σύνολο λοιπών εσόδων			15.200.296 €	

Πίνακας 38: Λοιπά Έσοδα - 4ο Έτος Λειτουργίας

ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ 4ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	Πληρότητα	Τιμή/άτομο	Έσοδα από φιλοξενούμενους	Έσοδα από εξωτερικούς επισκέπτες
Έσοδα από Εστιατόριο 1 & 2	74%	105,00 €	4.085.155 €	571.725 €
Έσοδα από μπαρ	213%	30,00 €	3.359.606 €	76.230 €
Έσοδα από Σπα	161%	75,00 €	6.348.552 €	181.500 €
Έσοδα από εκδηλώσεις	-	-	678.400 €	
Έσοδα από έργα τέχνης	-	-	104.000 €	
			14.471.714 €	829.455 €
Σύνολο λοιπών εσόδων			16.083.569 €	

Πίνακας 39: Λοιπά Έσοδα - 5ο Έτος Λειτουργίας

ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ 5ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	Πληρότητα	Τιμή/άτομο	Έσοδα από φιλοξενούμενους	Έσοδα από εξωτερικούς επισκέπτες
Έσοδα από Εστιατόριο 1 & 2	76%	105,00 €	4.389.958 €	571.725 €
Έσοδα από μπαρ	215%	30,00 €	3.548.274 €	76.230 €
Έσοδα από Σπα	163%	75,00 €	6.725.217 €	181.500 €
Έσοδα από εκδηλώσεις	-	-	691.200 €	
Έσοδα από έργα τέχνης	-	-	112.000 €	
			15.354.649 €	829.455 €
Σύνολο λοιπών εσόδων			16.987.304 €	

Πίνακας 40: Συνολικά Έσοδα - 1ο Έτος Λειτουργίας

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ - 1ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Έσοδα Δωματίων	20.592.974 €
Λοιπά Έσοδα	13.351.183 €
Σύνολο	33.944.157 €

Πίνακας 41: Συνολικά Έσοδα - 2ο Έτος Λειτουργίας

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ - 2ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Έσοδα Δωματίων	21.959.635 €
Λοιπά Έσοδα	14.261.827 €
Σύνολο	36.221.461 €

Πίνακας 42: Συνολικά Έσοδα - 3ο Έτος Λειτουργίας

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ - 3ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Έσοδα Δωματίων	23.362.662 €
Λοιπά Έσοδα	15.200.296 €
Σύνολο	38.562.958 €

Πίνακας 43: Συνολικά Έσοδα - 4ο Έτος Λειτουργίας

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ - 4ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Έσοδα Δωματίων	24.802.839 €
Λοιπά Έσοδα	16.083.569 €
Σύνολο	40.886.407 €

Πίνακας 44: Συνολικά Έσοδα - 5ο Έτος Λειτουργίας

ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ - 5ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Έσοδα Δωματίων	26.280.964 €
Λοιπά Έσοδα	16.987.304 €
Σύνολο	43.268.268 €

3.6. Έξοδα Μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ της ξενοδοχειακής μονάδας θα υλοποιείται από το αντίστοιχο τμήμα Μάρκετινγκ σε συνεργασία με διαφημιστική εταιρεία. Οι ενέργειες μάρκετινγκ θα αφορούν όλο το έτος, όχι μόνο τους δέκα μήνες λειτουργίας της μονάδας. Υπολογίζεται ως ποσοστό των εσόδων δωματίων και όσο η φήμη του ξενοδοχείου εδραιώνεται και τα έσοδα αυξάνονται, το ποσοστό θα μειώνεται .

Πίνακας 45: Έξοδα Μάρκετινγκ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2026	2027	2028	2029	2030
Συνολικά Έσοδα Δωματίων	20.592.974 €	21.959.635 €	23.362.662 €	24.802.839 €	26.280.964 €
Ποσοστό επί των Εσόδων Δωματίων για Έξοδα ΜΚΤ ετησίως	11%	9%	6%	4%	3%
Έξοδα Προώθησης-Προβολής	2.265.227 €	1.976.367 €	1.401.760 €	992.114 €	788.429 €
Σύνολο	2.265.227 €	1.976.367 €	1.401.760 €	992.114 €	788.429 €

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Γεωργόπουλος Ν. (2013). *Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, Μπένου Γ.

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Wheelen T., Hunger J., Hoffman Al., Bamford C. (2018). *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability*, 15th Edition, International Edition, Pearson

Kotler, P., Bowen, T., Makens, C. (2010), *Marketing Hospitality and Tourism*, 5th Edition, International Edition, Pearson

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Yang, W., Zhang, L., & Mattila, A. S. (2015). Luxe for less. *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(1), 82–92. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://doi.org/10.1177/1938965515580133>

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2019-2022 – Προφίλ Αγορών. (2023, Αύγουστος). INSETE. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/08/23-9_X-Ray_2019-2022-1.pdf

Ακτοπλοϊκοί Προορισμοί – Καλαμάτα. Ferry Scanner. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ferryscanner.com/el/aktoploikoi-proorismoι/ellada/ipeirotiki-ellada/kalamata>

Ανακάμπτει στο 95% ο τουρισμός στην ΕΕ το 2022 - Πού βρίσκεται η Ελλάδα. Newmoney. (2023, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/tourismos/anakampti-sto-95-o-tourismos-stin-ee-to-2022-pou-vriskete-i-ellada-pinakes/>

Αυξήσαμε τα επιτόκια. Τι σημαίνει αυτό για εσάς;. Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. (2022). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/interest_rates.el.html

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2022. SETE. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://sete.gr/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

- Ειδικό Θέμα: Πληθωρισμός – Ενδείξεις αποκλιμάκωσης και προοπτικές για το 2023.* Εθνική Τράπεζα Ελλάδος. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.nbg.gr/el/omilos/meletes-oikonomikes-analuseis/reports/special-focus-inflation-at-a-turning-point>
- Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030/ Εθνικό Σχέδιο Δράσης.* INSETE. (2021, Αύγουστος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/04/ethniko-sxedio-drasis-v2.pdf>
- Ενέργεια: Η Ελλάδα εκ των ηγέτιδων στη διεύθυνση των ΑΠΕ στο ενεργειακό μείγμα.* Οικονομικός Ταχυδρόμος. (2023, Απρίλιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ot.gr/2023/04/12/green/energeia-i-ellada-ek-ton-igetidon-sti-dieisdysiton-ape-sto-energeiako-meigma/>
- Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας 2019.* Hellenic Chamber of Hotels. (2020, Φεβρουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.grhotels.gr/app/uploads/2020/02/01_Hotel-Performance_Presentation_2019_17feb20_final.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2016.* INSETE. (2018, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/Tourism-and-Greek-Economy_2015-2016v3.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2017.* INSETE. (2019, Μάιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/Tourism-and-Greek-Economy_2016-2017_Update.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019.* INSETE. (2021, Νοέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019_2nd_edition.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020.* INSETE. (2021, Νοέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf
- Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2022.* INSETE. (2023, Ιούνιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/07/23_06_Tourism_and_Greek_Economy_2021-2022_v1.pdf
- Η Golden Visa, η ιδιοκατοίκηση και η στεγαστική κρίση.* Lifo. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.lifo.gr/stiles/optiki-gonia/i-golden-visa-i-idiokatoikisi-kai-i-stegastiki-krisi>
- ΚΤΕΛ Μεσσηνίας. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ktelmessinias.gr/en/homepage-en/>
- Ο τουρισμός στην Ελλάδα και στους κύριους ανταγωνιστικούς προορισμούς, 2017-2021.* INSETE. (2023, Φεβρουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από

https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/02/23_02_Greece_Competition_2017-2021.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ελληνικός Τουρισμός 2030/ Σχέδια Δράσης. INSETE. (2021, Αύγουστος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://insete.gr/greektourism2030/perifereia-peloponnisou/>

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2019. INSETE. (2020, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/20-12_Peloponnese-1.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020. INSETE. (2021, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_Peloponnese-3.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2021. INSETE. (2022, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12_Peloponnese-1.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022. INSETE. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/23-12_Peloponnese-1.pdf

Πτήσεις από και προς το Αεροδρόμιο Καλαμάτας. Kalamata. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.kalamata.gr/el/episkeptes/prosvasi-stin-poli/ptiseis-apo-kai-pros-to-aerodromio-kalamatas>

ΣΕΤΕ: Απολογισμός 2022. Issuu. (2023, Μάιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://issuu.com/sete-ebooks/docs/sete-ar22>

Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα - Προϊόντα και αγορές. INSETE. (2021, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12_Proionta-Agores.pdf

Το 2024 η Ελλάδα θα φτάσει το ΑΕΠ του 2009. Ναυτεμπορική. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.naftemporiki.gr/finance/1521063/to-2024-i-ellada-tha-ftasei-to-aep-toy-2009/>

Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας Ανώνυμη Εταιρεία. ΓΕΜΗ. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://publicity.businessportal.gr/company/122431301000>

Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας. Hellenic Chamber of Hotels. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.grhotels.gr/category/epicheirimatiki-enimerosi/statistika/>

- 5G: Η Ελλάδα στο «top 5» της Ευρώπης. Οικονομικός Ταχυδρόμος. (2023, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <http://www.ot.gr/2023/03/07/teχνologia/5g-i-ellada-sto-top-5-tis-eyropis/>
- Berger, R. (2023, Δεκέμβριος). *Retail and hotel performance quietly gaining momentum*. GlobeSt. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.globest.com/2023/12/06/retail-and-hotel-performance-quietly-gaining-momentum/?slreturn=20240027162100#:~:text=Upscale%20occupancy%20rates%20are%20up,points%20over%20the%20last%20year>
- Brierley, T. (2023, Δεκέμβριος). *These are the 10 most visited cities in the World Right Now*. Travel Off Path. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.traveloffpath.com/these-are-the-10-most-visited-cities-in-the-world-right-now/>
- Corruption Perceptions Index 2022*. Transparency International. (2023, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.transparency.org/en/publications/corruption-perceptions-index-2022>
- Costa Navarino: Υποδέχεται το Mandarin Oriental το 2023 - Στο 85% η πληρότητα στο νέο ξενοδοχείο «W»*. Ημερήσια. (2022, Σεπτέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/52181/costa-navarino-ypodehetai-mandarin-oriental-2023-sto-85-i-plirotita-sto-neo>
- Fitch Upgrades Greece to 'BBB-'; Outlook Stable*. Fitch Ratings. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-upgrades-greece-to-bbb-outlook-stable-01-12-2023>
- Fortune Business Insights. (2023, Ιούλιος). *Luxury hotel market to worth USD 293.61 billion by 2030*. GlobeNewswire. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.globenewswire.com/news-release/2023/07/24/2709293/0/en/Luxury-Hotel-Market-to-Worth-USD-293-61-Billion-by-2030-With-a-11-1-CAGR.html#:~:text=Pune%2C%20India%2C%20July%2024%2C,11.1%25%20during%20the%20forecast%20period>
- Greece Golden Visa: The Ultimate Guide 2024*. Get Golden Visa. (2024, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Φεβρουαρίου 2024, από <https://getgoldenvisa.com/ultimate-guide-to-greece-golden-visa>
- Greece Returned to Investment Grade by S&P After Over a Decade*. Bloomberg. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-10-20/greece-returned-to-investment-grade-by-s-p-after-over-a-decade?embedded-checkout=true>
- Greece Tourism Market Outlook (2022 to 2032)*. Future Market Insights. (2022, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.futuremarketinsights.com/reports/greece-tourism-market>
- Greece Unemployment Rate*. Trading Economics. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://tradingeconomics.com/greece/unemployment-rate>

- Government debt down to 90.3% of GDP in euro area.* Eurostat. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από [https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/17725721/2-23102023-BP-EN.pdf/94083c00-c5e1-fe02-a30f-6f4122e9d744#:~:text=The%20highest%20ratios%20of%20government,%25\)%20and%20Sweden%20\(30.7%25\)](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/17725721/2-23102023-BP-EN.pdf/94083c00-c5e1-fe02-a30f-6f4122e9d744#:~:text=The%20highest%20ratios%20of%20government,%25)%20and%20Sweden%20(30.7%25))
- Infographics.* ΕΛΣΤΑΤ. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.statistics.gr/elstat-infographics>
- Luxury Travel Market Size, Share & Trends Analysis Report By Tour (Customized & Private Vacations, Safari & Adventure), By Age Group (Millennial, Baby Boomers), By Region, And Segment Forecasts, 2024 - 2030.* Grand View Research. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/luxury-travel-market>
- SETE Intelligence. (2018, Απρίλιος). *Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016.* Arcadia Net. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://arcadianet.gr/wp-content/uploads/2018/04/SETE-Intelligence-profil-eiserxomenou-tourism-politeleias-gia-diakopes-sti-Mesogeio-2016-synopsis.pdf>
- Spa Elounda – Menu.* Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.sixsenses.com/media/14250/sss spa_elounda_spamenu_booklet_eng_november2022.pdf
- Spa Mykonos – Menu.* Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.sixsenses.com/media/13671/220615_sspa-mykonos_spamenu_booklet.pdf
- Statista Research Department. (2024, Ιανουάριος). *Travel and tourism: Share of global GDP 2023.* Statista. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>
- Travel and tourism to be worth US\$15.5 trillion by 2033.* Globetrender. (2023, Σεπτέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://globetrender.com/2023/09/01/wttc-travel-tourism-15-5-trillion-2033/>
- Tutek, E., Gebbie, M., Chan, K. Y. G., & Durand, S. (2015). *Tourism megatrends - 10 things you need to know about the future of Tourism.* Horwath HTL. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>
- UN tourism: Glossary of tourism terms.* UNWTO. (2008). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023.* UNWTO. (2023, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.1?role=tab>

- Vlatka B., Sanja F., Marija V. (2022). *The impact of Global Megatrends on tourism industry*. Utmsjoe. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.utmsjoe.mk/files/Vol.13.No.1/10.THE-IMPACT-OF-GLOBAL-MEGATRENDS-ON-TOURISM-INDUSTRY.pdf>
- Wagner, H. (2023, Σεπτέμβριος 25). *Who is the 2023 high luxury traveler? an in-depth buyer persona for Luxury Hotels*. Affluent Research. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.researchtheaffluent.com/post/who-is-the-2023-high-luxury-traveler-an-in-depth-buyer-persona-for-luxury-hotels#:~:text=The%20key%20demographics%20of%20High,a%20master's%20degree%20or%20higher>
- WTTC: *Από τον τουρισμό σχεδόν 25% του ΑΕΠ της Ελλάδας το 2028*. Euro2day. (2018, Απρίλιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1606703/wttc-apo-ton-toyrismo-shedon-25-toy-aep-ths-ellada.html>
- WTTC: *Ο ελληνικός Τουρισμός πλησιάζει στην πλήρη ανάκαμψή του εφέτος, Πάνω από 57 δισ. € η συνεισφορά του στο ΑΕΠ το 2033*. Money Tourism. (2023, Ιούνιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://money-tourism.gr/wttc-o-ellinikos-toyrismos-plisiazei-stin-pliri-anakampsi-efetos-pano-57-dis-eyro-syneisfora-aep-to-2033-perissoteroi-1-ekat-oi-apascholoymenoi-sti-quot-varia-viomichania-quot-tin-epomeni-10etia/>
- 4th edition luxury travel trends march*. Pangaea Network. (2014). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://docplayer.net/4925540-4-edition-luxury-travel-trends-march-2014.html>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Στο εν λόγω κεφάλαιο θα λάβει αναλυθεί η διαδικασία επιλογής των πρώτων υλών και λοιπών εισροών που απαιτούνται για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου αλλά και το κόστος αυτών. Αναφορά θα γίνει επίσης στον καθορισμό του προγράμματος προμηθειών.

4.1 Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλών και Εφοδίων

Οι πρώτες ύλες και τα άλλα εφόδια που απαιτούνται μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

Πρώτες ύλες επισιτισμού: Περιλαμβάνει όλα τα υλικά που χρησιμοποιούνται στα επισιτιστικά τμήματα του ξενοδοχείου και περιλαμβάνουν φαγητά και ποτά. Αποτελούνται από προϊόντα μακράς ανάλωσης αλλά και ευπαθή υλικά. Είναι υψηλής ποιότητας και από τοπικούς παραγωγούς στην πλειονότητά τους. Ο ανεφοδιασμός θα γίνεται σε καθημερινή βάση, ανάλογα και με τον τύπο των προϊόντων.

Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας: Περιλαμβάνει την ηλεκτρική ενέργεια, το νερό, τα καύσιμα, το διαδίκτυο, τις τηλεπικοινωνίες.

Πρώτες ύλες καθαριότητας και συντήρησης: Περιλαμβάνει τα απορρυπαντικά, τα εργαλεία καθαρισμού, τα καθαριστικά, τα απορρυπαντικά, τις σκούπες και τα λοιπά είδη καθαρισμού, τις λάμπες, τα χρώματα. Σε αυτή την κατηγορία υπάγονται και τα λευκά είδη και υφάσματα όπως κλινοσκεπάσματα, λινά, πετσέτες, κουρτίνες αλλά και τα απαραίτητα για τον εφοδιασμό των δωματίων όπως σαμπουάν, αφρόλουτρα, κρεμοσάπωνα, αντισηπτικά κλπ. Όλα τα είδη καθαρισμού & περιποίησης είναι φυτικά και υποαλλεργικά και τα λευκά είδη υψηλής ποιότητας και υποαλλεργικά. Ο ανεφοδιασμός θα γίνεται σε μηνιαία βάση.

Είδη κηπουρικής: Περιλαμβάνει τα υλικά συντήρησης φυτών. Για την διατήρηση των φυτών θα γίνει χρήση μη-χημικών υλικών ώστε να μην αφήνουν περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Ο ανεφοδιασμός θα γίνεται σε τριμηνιαία βάση.

Γραφική ύλη & αναλώσιμα: Όλα τα είδη γραφείου για κάθε τμήμα του ξενοδοχείου. Ο ανεφοδιασμός θα γίνεται σε μηνιαία βάση.

Ένδυση προσωπικού: Εκλεπτυσμένες & λειτουργικές στολές από ποιοτικά υλικά, διαφορετικές για κάθε τμήμα του ξενοδοχείου. Η ανανέωση των στολών θα γίνεται σε ετήσια βάση.

4.2. Υπολογισμός Κόστους Πρώτων Υλών και Εφοδίων

Ο υπολογισμός του κόστους πρώτων υλών και εφοδίων καθίσταται ζωτικής σημασίας για την επιχείρηση καθότι αποτελεί βασικό τμήμα των παγίων εξόδων, επηρεάζοντας τη βιωσιμότητα της ξενοδοχειακής μονάδας. Η κοστολόγηση των προμηθειών ορίζεται ως εξής:

- Πρώτες ύλες επισιτισμού: 25% επί των εσόδων των επισιτιστικών τμημάτων, με προβλεπόμενη ετήσια αύξηση 2%.
- Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας: 5% επί των συνολικών εσόδων του ξενοδοχείου, σταθερό κάθε έτος.
- Πρώτες ύλες καθαριότητας και συντήρησης: 2% επί των εσόδων των δωματίων, σταθερό κάθε έτος.
- Είδη κηπουρικής: 10.000€ τον πρώτο χρόνο, +5% κάθε επόμενο χρόνο.
- Έξοδα ένδυσης προσωπικού: 8.000€ τον πρώτο χρόνο, +5% κάθε επόμενο χρόνο.
- Γραφική ύλη & αναλώσιμα: 35.000€ τον πρώτο χρόνο, +5% κάθε επόμενο χρόνο.

Πίνακας 46: Κόστος Πρώτων Υλών και Εφοδίων

ΚΟΣΤΟΣ Α ΥΛΩΝ & ΕΦΟΔΙΩΝ					
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2026	2027	2028	2029	2030
Α' Ύλες Επισιτιστικών Τμημάτων	1.644.695 €	1.913.274 €	2.207.596 €	2.508.742 €	2.833.442 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1.697.208 €	1.811.073 €	1.928.148 €	2.044.320 €	2.163.413 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	411.859 €	439.193 €	467.253 €	496.057 €	525.619 €
Είδη Κηπουρικής	10.000 €	10.500 €	11.025 €	11.576 €	12.155 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	8.000 €	8.400 €	8.820 €	9.261 €	9.724 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	35.000 €	36.750 €	38.588 €	40.517 €	42.543 €
Σύνολο Εξόδων	3.806.762 €	4.219.189 €	4.661.430 €	5.110.473 €	5.586.896 €

4.3. Επιλογή Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Η παραγγελία, παραλαβή και αποθήκευση των προμηθειών εκτελείται από τον υπεύθυνο Πωλήσεων, έχοντας συμβουλευτεί τον υπεύθυνο κάθε τμήματος. Ο εκάστοτε υπεύθυνος στέλνει αναφορά στο παραπάνω τμήμα σε εβδομαδιαία βάση (ή και συχνότερα αναλόγως

του τμήματος) και βάσει των αναφορών γίνονται οι απαραίτητες παραγγελίες. Πέραν της τοποθέτησης παραγγελιών ο υπεύθυνος Πωλήσεων επιμελείται των εξής:

- Τήρηση αποθεμάτων (όπου είναι δυνατό) για την τάχιστα εξυπηρέτηση των τμημάτων
- Έγκαιρη τοποθέτηση των παραγγελιών
- Σωστή παραλαβή & έλεγχος προμηθειών κατά τη διάρκεια αυτής
- Συνεχής έρευνα αγοράς προς εύρεση νέων προϊόντων, τιμών και προσφορών
- Τήρηση αρχείου όλων των προμηθευτών και τιμοκαταλόγων
- Αξιολόγηση των υφιστάμενων προμηθευτών και εύρεση νέων εάν παρουσιαστούν προβλήματα
- Διαφοροποίηση προμηθευτών προς αποφυγή ελλειμμάτων

4.4. Μάρκετινγκ Προμηθειών

Για την αποτελεσματική λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας είναι απαραίτητη η θέση συγκεκριμένων και σαφών διαδικασιών για την προμήθεια πρώτων υλών. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στα ακόλουθα ζητήματα προκειμένου να είναι δυνατή η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού σχεδίου προμηθειών:

Όγκος Προμηθειών:

Για την εκτίμηση του κόστους των απαιτούμενων προμηθειών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες της ξενοδοχειακής μονάδας αναλόγως της πληρότητας. Συνεπώς, κρίνεται απαραίτητη η τήρηση αρχείου από τον υπεύθυνο Πωλήσεων, το οποίο θα ελέγχεται και από την Διοίκηση. Στον εν λόγω αρχείο θα καταγράφεται η εκτίμηση του απαιτούμενου όγκου πρώτων υλών και άλλων εφοδίων και θα επανεξετάζεται αναλόγως της πορείας της ζήτησης.

Μεταφορά Πρώτων Υλών:

Η μεταφορά των προμηθειών θα γίνεται κατά κύριο λόγο με μεταφορικά μέσα των προμηθευτών, ενώ το κόστος μεταφοράς ενσωματώνεται στο συνολικό κόστος προμηθειών.

Οργάνωση Αποθήκευσης:

Η οργάνωση των αποθηκευτικών χώρων είναι κρίσιμη για την άμεση παράδοση των προμηθειών και την ασφάλεια τους. Για την ευέλικτη οργάνωση και ασφαλή διατήρηση των εφοδίων προτείνεται η τοποθέτηση των εν λόγω χώρων πλησίον του χώρου παραλαβής, η

επάρκεια χώρου αντίστοιχη της δυναμικότητας του ξενοδοχείου, η τήρηση αυστηρών κανόνων υγιεινής και η συνεχής παρακολούθηση των προϊόντων.

Ελαχιστοποίηση Κόστους και Κινδύνου:

Η ορθολογική διαχείριση υλικών, η μακροπρόθεσμη συνεργασία με αξιόπιστους προμηθευτές και η επιλογή τοπικών προϊόντων συμβάλει στην ελαχιστοποίηση του κόστους, ενώ η ασφάλεια μεταφοράς, η εγκυρότητα παράδοσης και η αξιοπιστία των προμηθευτών συντείνει στην ελαχιστοποίηση του κινδύνου.

Επιλογή και Αξιολόγηση Προμηθευτών

Όπως έχει αναφερθεί προηγουμένως, το ξενοδοχείο θα παρέχει υπηρεσίες με ένα συγκεκριμένο χαρακτήρα, για την επίτευξη του οποίου οι πρώτες ύλες θα προέρχονται από τοπικούς παραγωγούς ώστε να στηρίζεται η τοπική οικονομία και να μεταδίδεται ο χαρακτήρας της Μεσσηνίας. Σε περίπτωση που το παραπάνω δεν είναι εφικτό, θα γίνεται επιλογή προμηθευτών με προϊόντα ελληνικής προέλευσης.

Σε πρώτο στάδιο, η εταιρεία είναι απαραίτητο να πραγματοποιήσει μια έρευνα αγοράς για την επιλογή των προμηθευτών με τους οποίους θα συνεργαστεί. Η επιλογή αυτών πρέπει να βασιστεί σε ποίκιλα κριτήρια, εκ των οποίων τα βασικότερα είναι:

- η αξιοπιστία
- η τοπική ή ελληνική προέλευση
- η ποιότητα των προϊόντων
- η ανταγωνιστικότητα των τιμών σε σχέση με την ποιότητα
- η διαθεσιμότητα και ποικιλία των προϊόντων
- η ετοιμότητα και προσαρμοστικότητα στις απρόβλεπτες αλλαγές των συνθηκών
- η ασφαλής και έγκαιρη μεταφορά σύμφωνα με τα υγειονομικά πρότυπα
- η πιστοποίηση ποιότητας
- η άμεση παράδοση
- η ευελιξία στην ανταπόκριση σε περιπτώσεις αυξημένης ζήτησης
- η ανανέωση και η συνεχής βελτίωση του προϊόντος
- η ηθική και κοινωνική υπευθυνότητα
- η αποτελεσματική επικοινωνία
- οι όροι πληρωμής

Φυσικά, το πρωτότερο μέλημα είναι η ασφαλής κατανάλωση των προϊόντων από τον πελάτη και η εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης, για την επίτευξη των οποίων πρέπει όχι μόνο να

τηρούνται τα παραπάνω κριτήρια αλλά και οι υπάρχοντες προμηθευτές να επανεξετάζονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

Πηγές για την εύρεση προμηθευτών:

- Εμπορικές εκθέσεις (XENIA, HORECA, HELEXPO)
- Συνάδελφοι ή άλλοι επαγγελματίες του κλάδου
- Τοπικές επιχειρήσεις
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (LinkedIn, Twitter)
- Διαδικτυακές αγορές: Πλατφόρμες που προσφέρουν μια σειρά προϊόντων και υπηρεσιών που θα μπορούσαν να είναι χρήσιμες για ένα ξενοδοχείο
- Εθνικά και τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης
- Δείγματα που αποστέλλονται από προμηθευτές
- Τοπικός επαγγελματικός οδηγός
- Ιστότοποι προμηθευτών

Το αποτελεσματικό μάρκετινγκ πρώτων υλών μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για τις πρώτες ύλες και να οδηγήσει σε μεγαλύτερες πωλήσεις και έσοδα για την εταιρεία. Στοχεύει στην ελαχιστοποίηση του κόστους και του κινδύνου και στη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές. Λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες του ξενοδοχείου, αναπτύσσει στρατηγική μάρκετινγκ, παρέχει τεχνική υποστήριξη και διασφαλίζει την ποιότητα και τη συνέπεια.

4.5. Πρόγραμμα Προμηθειών

Χρονοδιάγραμμα παραγωγής:

Εποχιακές διακυμάνσεις: Ανάγκη προσδιορισμού των τουριστικών περιόδων αιχμής στη Μεσσηνία, ευθυγραμμίζοντας το πρόγραμμα παραγωγής με την αυξημένη ζήτηση.

Εκδηλώσεις: Εξέταση τοπικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ που θα μπορούσαν να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες και κατ' επέκταση να αυξήσουν τη ζήτηση.

Διαθεσιμότητα εισροών:

Τοπική προμήθεια: Έμφαση σε τοπικούς προμηθευτές, για την στήριξη της περιφερειακής οικονομίας και την εξασφάλιση της φρεσκάδας των συστατικών. Διαφοροποίηση των

προμηθευτών για βελτιστοποίηση διαθεσιμότητας ακόμα και σε περιπτώσεις απρόσμενης αλλαγής της ζήτησης ή των συνθηκών.

Χαρακτηριστικά εισροών:

Πρότυπα ποιότητας: Καθορισμός αυστηρών προτύπων ποιότητας και προδιαγραφών για τις εισροές, διασφαλίζοντας ότι ευθυγραμμίζονται με την εικόνα πολυτέλειας του ξενοδοχείου. Προτεραιότητα σε προμηθευτές με σχετικές πιστοποιήσεις για την εγγύηση της ασφάλειας και της ποιότητας και συνεχής επανεξέταση αυτών.

Δυνατότητες αποθήκευσης και κόστος:

Αποθήκευση ευπαθών προϊόντων: Επένδυση σε υπεσύγχρονα συστήματα ψύξης για τα ευπαθή προϊόντα, εξασφαλίζοντας την υψηλότερη ποιότητα για τους πελάτες.

Αποθήκευση μη ευπαθών προϊόντων: Ειδικός σχεδιασμός αποθηκευτικών χώρων για λευκά είδη, είδη υγιεινής και άλλα μη ευπαθή προϊόντα για την ελαχιστοποίηση του κόστους.

Τεχνολογία και μηχανήματα:

Αυτοματοποιημένη παραγγελιοληψία: Εφαρμογή αυτοματοποιημένου συστήματος παραγγελιών για τις τακτικές προμήθειες (υπό την επίβλεψη του υπεύθυνου Πωλήσεων), μειώνοντας το χειροκίνητο φόρτο εργασίας και ελαχιστοποιώντας τα λάθη.

Εξοπλισμός κουζίνας: Επένδυση σε σύγχρονο εξοπλισμό κουζίνας για αποτελεσματική προετοιμασία των τροφίμων χωρίς συμβιβασμούς στην ποιότητα.

Απώλειες Υλικών:

Διαχείριση αποθεμάτων: Εφαρμογή προηγμένου συστήματος διαχείρισης αποθεμάτων για την παρακολούθηση της διάρκειας ζωής των ευπαθών προϊόντων και τη μείωση της σπατάλης.

Βελτιστοποίηση της αλυσίδας εφοδιασμού: Στενή συνεργασία με τους προμηθευτές αναφορικά με τη βελτιστοποίηση των διαδρομών μεταφοράς και την ελαχιστοποίηση των απωλειών κατά τη μεταφορά.

Για την βελτιστοποίηση των παραπάνω διαδικασιών, απαραίτητη είναι η εμπλοκή των βασικών ενδιαφερόμενων στη διαδικασία προμηθειών, συμπεριλαμβανομένων των σεφ, του προσωπικού καθαριότητας και της διοίκησης και λοιπών ώστε να διασφαλιστεί ότι το πρόγραμμα ανταποκρίνεται στις μοναδικές ανάγκες και τα πρότυπα του ξενοδοχείου, αλλά

και η τακτική αναθεώρηση και προσαρμογή του προγράμματος προς διατήρηση της αποτελεσματικότητάς του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στο παρόν στάδιο της μελέτης επιχειρείται ο προσδιορισμός των τεχνικών απαιτήσεων που προκύπτουν στο επενδυτικό πρόγραμμα. Αναλυτικότερα, προσδιορίζονται οι μηχανολογικές και τεχνολογικές πτυχές, με την πρώτη να αφορά το σχεδιασμό της φυσικής και λειτουργικής χωροθέτησης της μονάδας, και την δεύτερη να περικλείει τον τεχνολογικό εξοπλισμό που συμβάλει στην απρόσκοπτη λειτουργία της.

5.1. Δυναμικότητα Μονάδας

Όπως αναλύθηκε στα παραπάνω κεφάλαια της παρούσας μελέτης, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη και ταχεία αναβάθμιση του τουριστικού τομέα στην Περιφέρεια της Μεσσηνίας. Έχοντας λάβει υπόψη τα παραπάνω δεδομένα, έχει σχεδιαστεί μια υπερπολυτελής ξενοδοχειακή μονάδα μεσαίου μεγέθους, αποτελούμενη από 100 δωμάτια με συνολική χωρητικότητα 222 κλινών. Τα δωμάτια χωρίζονται σε πέντε κατηγορίες, με διαφορές στην χωρητικότητα, και έχουν όλα βεράντα και ιδιωτικές πισίνες. Η επιχείρηση θα λειτουργεί από τον Μάρτιο έως τον Δεκέμβριο τα πρώτα πέντε χρόνια και εάν διαπιστωθεί δυνατότητα επέκτασης σε ετήσια βάση θα επιχειρηθεί με το πέρας αυτού του διαστήματος. Η εν λόγω ξενοδοχειακή μονάδα θα εστιάζει καταρχάς σε αλλοδαπούς τουρίστες και κατά δεύτερον σε ημεδαπούς, δεδομένης της ήδη υπάρχουσας ζήτησης, και θα απευθύνεται αποκλειστικά σε ενήλικες.

5.2. Σχεδιασμός Λειτουργικής Διάταξης

Χωρομετρικά και Μηχανολογικά σχέδια:

Η δομή του συγκροτήματος θα σχεδιαστεί προς εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής θέας από κάθε δωμάτιο και κάθε εγκατάσταση του ξενοδοχείου, επιδιώκοντας την εναρμόνιση της τεχνολογίας με την φύση για το πιο εκλεπτυσμένο αισθητικά αποτέλεσμα. Με την είσοδο στο ξενοδοχείο, ο επισκέπτης περνά από την υποδοχή και στη συνέχεια, βαθύτερα μέσα στο οικόπεδο εκτείνονται τα συγκροτήματα των δωματίων. Σε ξεχωριστό κτήριο θα βρίσκονται τα εστιατόρια και το μπαρ της μονάδας, καθώς και το Σπα με τις δύο πισίνες, μία εξωτερική και μία εσωτερική. Τέλος, ο πολυχώρος εκδηλώσεων θα στεγάζεται σε διαφορετικό κτίσμα. Σκοπός είναι οι επισκέπτες να αισθάνονται μοναδικοί, έχοντας την απαιτούμενη ιδιωτικότητα & αυτονομία αλλά και την αίσθηση της κοινότητας ταυτόχρονα. Σε ό,τι αφορά τους

λειτουργικούς και αποθηκευτικούς χώρους της μονάδας (π.χ. πλυντήρια, αποθήκες) θα είναι στρατηγικά τοποθετημένοι σε σημεία μακριά των λοιπών εγκαταστάσεων ή θα ενσωματώνονται έξυπνα στους κοινούς χώρους του ξενοδοχείου, ώστε να εξασφαλίζεται η λειτουργικότητα και η αισθητική.

Η εν λόγω ξενοδοχειακή μονάδα εμπίπτει στην κατηγορία μεσαίων επιχειρήσεων. Αποτελείται από 95 σουίτες και 5 βίλλες, με 5 διαφορετικές κατηγορίες δωματίων, εκ των οποίων οι 3 κατηγορίες (89 δωμάτια) φιλοξενούν έως 2 άτομα και οι 2 κατηγορίες (11 δωμάτια) έως 4 άτομα. Η συνολική δυναμικότητα του καταλύματος είναι τα 222 άτομα.

Οι διαστάσεις του κάθε δωματίου ορίζονται ως εξής:

Junior Suite:	45 τ.μ. με 30 τ.μ. βεράντα όπου βρίσκεται πισίνα 10 τ.μ.
Deluxe Suite:	65 τ.μ. με 40 τ.μ. βεράντα όπου βρίσκεται πισίνα 15 τ.μ.
Grand Luxe Suite:	75τ.μ. με 50 τ.μ. βεράντα όπου βρίσκεται πισίνα 20 τ.μ.
Panorama Suite:	100 τ.μ. με 60 τ.μ. βεράντα όπου βρίσκεται πισίνα 25 τ.μ.
Villa Ether:	200 τ.μ. με 70 τ.μ. βεράντα όπου βρίσκεται πισίνα 40 τ.μ.

Τα δωμάτια προβλέπεται να χτιστούν με βαθμιδωτό/ κλιμακωτό τρόπο (βλέπε εικόνες παρακάτω) και θα διαθέτουν όλα βεράντα και ιδιωτική πισίνα. Τα κτήρια θα χτιστούν με βάση τις αρχές του βιοκλιματικού σχεδιασμού, επιδιώκοντας την εξασφάλιση συνθήκες θερμικής και οπτικής άνεσης με τη λιγότερη δυνατή χρήση των συστημάτων θέρμανσης και ψύξης. Λόγω της ιδιαιτερότητας του σχεδιασμού δεν μπορεί να υπολογιστεί η ακριβής επιφάνεια που θα καλυφθεί, αλλά με σχετικούς υπολογισμούς προκύπτει γύρω στα 6 στρέμματα.

Εικόνα 2: Mandarin Oriental, Costa Navarino - Front view (Πηγή: Google Images)



Εικόνα 3: Mandarin Oriental, Costa Navarino - Upper view (Πηγή: Google Images)



Οι υπόλοιποι χώροι του ξενοδοχείου με τις διαστάσεις τους παρουσιάζονται παρακάτω. Τα εστιατόρια, το μπαρ και το Σπα βρίσκονται σε ένα ενιαίο συγκρότημα και ο πολυχώρος εκδηλώσεων σε διαφορετικό.

Η δομή του κτιρίου που θα στεγάζει τα εστιατόρια, το μπαρ και το Σπα θα είναι εξίσου βαθμιδωτή/κλιμακωτή, για την μέγιστη εκμετάλλευση της θέας του οικοπέδου. Συγκεκριμένα το Six Senses Spa (2 στρέμματα) θα βρίσκεται στην βάση του κτίσματος και θα στεγάζει το γυμναστήριο (200 τ.μ.), την εσωτερική (100 τ.μ.) και την εξωτερική (100 τ.μ.) πισίνα, το

Εστιατόριο 1 θα τοποθετηθεί στο επόμενο επίπεδο (800 τ.μ.) και στην κορυφή θα βρίσκεται το Εστιατόριο 2 (500 τ.μ.) και το καφέ-μπαρ (200 τ.μ.), ενώ. Ο συνολικός χώρος που θα καταλαμβάνει θα είναι περίπου 3,5 στρέμματα και θα αποτελείται από 3 επίπεδα. Ενδιάμεσα των κυρίων χώρων θα βρίσκονται οι αποθήκες και οι κουζίνες (200 τ.μ.).

Έπειτα, το κτίριο της υποδοχής θα αποτελείται από 2 επίπεδα και θα στεγάζει στον πρώτο όροφο την υποδοχή (100 τ.μ.), τον χώρο αποθήκευσης αποσκευών (40 τ.μ.), τις τουαλέτες (50 τ.μ.) και στον δεύτερο όροφο τα γραφεία διοικητικού προσωπικού (150 τ.μ.).

Επιπλέον, ο πολυχώρος εκδηλώσεων θα στεγάζεται σε ξεχωριστό κτίριο και θα αποτελείται από 2 επίπεδα, με το κεντρικό να καλύπτει επιφάνεια 600 τ.μ. και το άλλο επιφάνεια 400 τ.μ.

Το παρκινγκ θα είναι υπόγειο, σε 2 επίπεδα των 300 τ.μ. έκαστο, καλύπτοντας συνολικά επιφάνεια 600 τ.μ. με δυνατότητα εξυπηρέτησης 110 οχημάτων.

Τέλος, σε ό,τι αφορά τους βοηθητικούς χώρους, θα ενσωματώνονται στα κύρια κτήρια εκτός των πλυντηρίων και λοιπών αποθηκών που θα βρίσκονται σε χώρο 200 τ.μ. δίπλα από το παρκινγκ.

Μηχανολογικά Σχέδια

Παρακάτω αναλύονται τα βασικά και τα βοηθητικά μηχανήματα της μονάδας που θα περιλαμβάνονται στα μηχανολογικά σχέδια.

Βασικά μηχανήματα:

1. **Σύστημα HVAC (Θέρμανση, Αερισμός, Κλιματισμός):** Κεντρικές μονάδες θέρμανσης και κλιματισμού, ανεμιστήρες, αντλίες και συστήματα διανομής αέρα.
2. **Υδραυλικά Συστήματα:** Συστήματα για την παροχή νερού και αποχέτευσης σε όλα τα σημεία του ξενοδοχείου, συμπεριλαμβανομένων των δωματίων, των κοινόχρηστων χώρων και των κουζινών (βασικές αντλίες νερού, δεξαμενές αποθήκευσης, συστήματα ψύξης και θέρμανσης νερού).
3. **Πυρασφάλεια:** Ανιχνευτές πυρκαγιάς, συστοιχίες πυρόσβεσης και άλλα συστήματα πρόληψης και αντιμετώπισης πυρκαγιών (πυροσβεστικά συστήματα, ανιχνευτές καπνού, και συστήματα εκκένωσης).
4. **Συστήματα Ηλεκτρολογικής Εγκατάστασης:** Σχεδιασμός και εγκατάσταση των ηλεκτρικών συστημάτων, συμπεριλαμβανομένων των φωτιστικών σωμάτων, των μπριζών, και των συστημάτων ασφαλείας.

5. **Συστήματα Ελέγχου Κτιρίου:** Συστήματα αυτοματοποιημένου ελέγχου για τη διαχείριση του φωτισμού, του κλιματισμού, και άλλων λειτουργιών του κτιρίου.

Βοηθητικά μηχανήματα:

1. **Ανεμιστήρες Εξαερισμού:** Για τη διασφάλιση καλής κυκλοφορίας του αέρα σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου, βοηθώντας στη διατήρηση της φρεσκάδας και της ποιότητας του αέρα.
2. **Αντλίες Νερού:** Για τη μεταφορά του νερού σε όλα τα σημεία χρήσης του ξενοδοχείου, συμπεριλαμβανομένων των δωματίων, των εστιατορίων και των χώρων ψυχαγωγίας.
3. **Γεννήτριες:** Εφεδρική πηγή ηλεκτρικής ενέργειας σε περίπτωση διακοπής του κύριου ηλεκτρικού δικτύου.
4. **Συστήματα Ανελευκυστήρων:** Για τη μεταφορά των επισκεπτών και των αγαθών από τον έναν όροφο στον άλλο.

Έργα Πολιτικού Μηχανικού

Η κατασκευή της ξενοδοχειακής μονάδας, στο σύνολό της, θα ανατεθεί στην LG Constructions με έδρα την Μεθώνη σε συνεργασία με το Γραφείο Αρχιτεκτονικών Μελετών Αλέξανδρου Ν. Τομπάζη και το K-Studio, τα οποία επιμελήθηκαν και το Mandarin Oriental, Costa Navarino και είναι άριστοι γνώστες του βιοκλιματικού σχεδιασμού. Τα δομικά υλικά θα επιλεγούν βάσει της ποιότητας του υλικού, του κόστους, της αντοχής τους στον χρόνο αλλά και του μικρότερου δυνατού περιβαλλοντικού αντίκτυπου.

Για την προετοιμασία του χώρου εγκατάστασης θα λάβουν χώρα τα εξής:

- Εκχερσώσεις και ισοπεδώσεις του οικοπέδου
- Σύνδεση παροχής ρεύματος, ύδρευσης, αποχέτευσης και τηλεπικοινωνιών
- Τοποθέτηση σωληνώσεων και καλωδιώσεων
- Προετοιμασία εγκατάστασης φωτοβολταϊκών

Ακολουθεί η κατασκευή των κτιρίων, με τα έργα να αφορούν τα εξής:

- Εκσκαφή
- Θεμελίωση
- Κατασκευή δαπέδου και στέγης

- Καλωδιώσεις & συνδέσεις ρεύματος
- Συστήματα θερμομόνωσης & ηχομόνωσης
- Εσωτερικός φωτισμός
- Πυρασφάλεια
- Υδραυλικά συστήματα
- Εξαερισμός και κλιματισμός

Με την ολοκλήρωση των προηγούμενων βημάτων ακολουθεί η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου με τα εξής:

- Εξωτερικός φωτισμός
- Συστήματα ασφαλείας
- Προσβασιμότητα για ΑμεΑ
- Χώροι πρασίνου & συστήματα ποτίσματος
- Πισίνες & χώροι σπα
- Εστιατόρια & μπαρ
- Υπόγειος χώρος στάθμευσης
- Βοηθητικοί χώροι

5.3. Τεχνολογικός Εξοπλισμός

Η επιλογή της τεχνολογίας θα πληροί τα κριτήρια των ξενοδοχείων 5 αστέρων, θα εξυπηρετεί στον μέγιστο βαθμό τους πελάτες του καταλύματος και θα εξασφαλίζει την μέγιστη εξοικονόμηση ενέργειας και πόρων. Παρακάτω αναλύεται ο εξοπλισμός

1. Γενικός Εξοπλισμός:

- Αυτοματοποιημένα συστήματα κλιματισμού, εξαερισμού και θέρμανσης
- Συστήματα ασφαλείας και πυρασφάλειας
- Έξυπνα συστήματα φωτισμού και αισθητήρες κίνησης
- Γεννήτριες
- Ηλιακοί συλλέκτες (φωτοβολταϊκά) & θερμοσίφωνες
- Μηχανισμός κομποστοποίησης

2. Εξοπλισμός Δωματίων:

- Τηλεοράσεις και σύστημα ήχου υψηλής ποιότητας
- Αυτοματοποιημένα συστήματα ελέγχου δωματίου (όπως κλιματισμός, φωτισμός, κουρτίνες)
- Συστήματα επικοινωνίας και ψυχαγωγίας

3. Εξοπλισμός Εστίασης και Υπηρεσιών:

- Συστήματα κράτησης και διαχείρισης κρατήσεων
- Αυτοματοποιημένα συστήματα παραγγελιοληψίας και διαχείρισης αποθεμάτων
- Σύστημα διαχείρισης πληρωμών

Επιπρόσθετος Εξοπλισμός**Δωμάτια:**

- Έπιπλα (υπέρδιπλο κρεβάτι, καναπές, ντουλάπα, κομοδίνο, γραφείο κλπ.)
- Είδη υγιεινής (μπανιέρα, τουαλέτα, καθρέπτης, νιπτήρας κλπ.)
- Ιματισμός (σεντόνια, μαξιλάρια, κουβέρτες, πετσέτες κλπ.)
- Προϊόντα ατομικής υγιεινής (σαπούνι, σαμπουάν, χαρτί υγείας κλπ.)
- Τηλεόραση και ηχεία
- Mini Bar
- Χρηματοκιβώτιο
- Λοιπές μικρές συσκευές (στεγνωτήρας μαλλιών, βραστήρας, μηχανή καφέ, τηλέφωνο κλπ.)

Υποδοχή:

- Είδη τεχνολογίας (υπολογιστές, tablets, εκτυπωτές)
- Έπιπλα (γραφείο, καρέκλες, καναπέδες κλπ.)
- Χρηματοκιβώτιο

Εστίαση:

- Ταμειακές μηχανές
- Μηχανήματα PDA

- Εξοπλισμός κουζίνας & ζαχαροπλαστείου

Εξοπλισμός Laundry:

- Πλυντήρια
- Στεγνωτήρια
- Σιδερωτήρια

Μηχανολογικός Εξοπλισμός

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός θα ακολουθεί τα κριτήρια που έχουν τεθεί ώστε να έχει όσο το δυνατόν μικρότερο περιβαλλοντικό αντίκτυπο, να επιτυγχάνει υγιεινή και ασφάλεια και να εξυπηρετεί στον υψηλότερο βαθμό τους πελάτες της μονάδας.

Η ηλεκτροδότηση θα γίνεται μερικώς από το δίκτυο της ΔΕΗ και μερικώς από τα φωτοβολταϊκά συστήματα που θα εγκατασταθούν. Οι ηλιακοί θερμοσίφωνες και τα μπόιλερ θα εξυπηρετούν την παροχή ζεστού νερού ενώ η παροχή του νερού θα γίνεται από την Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Πύλου-Νέστορος (Δ.Ε.Υ.Α.Π.Ν.). Το νερό θα επαναχρησιμοποιείται για το πότισμα των χώρων πρασίνου της μονάδας. Θα υπάρχει κεντρικό σύστημα θέρμανσης προς έλεγχο της κατανάλωσης, το οποίο θα τροφοδοτείται με φυσικό αέριο. Σε ό,τι αφορά την επικοινωνία, θα λάβει χώρα σύνδεση με το δίκτυο του Ο.Τ.Ε..

5.4. Κόστος Κατασκευής και Εξοπλισμού Μονάδας

Έχοντας αναλύσει τον μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό της ξενοδοχειακής μονάδας, ακολουθεί ο υπολογισμός του κόστους κατασκευής και εξοπλισμού αυτής. Για τον υπολογισμό έχει χρησιμοποιηθεί ο Οδηγός Υπολογισμού Κόστους του Nehmer and HVS Design (2022) και συγκεκριμένα ο μέσος όρος της κατηγορίας Luxury, λαμβάνοντας υπόψη τα μεγέθη των χώρων όπως αυτοί έχουν περιγραφεί στην ενότητα 5.2.. Σε ό,τι αφορά το κόστος των δωματίων, οι τιμές έχουν προσαρμοστεί στα τετραγωνικά του οδηγού αναλόγως, καθότι υπήρχε μόνο μια επιλογή μεγέθους. Να συμπληρωθεί επίσης πως, σε ό,τι αφορά το Six Senses Spa, το κόστος δημιουργίας του θα αναληφθεί πλήρως από το ξενοδοχείο, πέραν του σχεδιασμού, της επίβλεψης της κατασκευής και της εύρεσης Διευθυντή Spa (Six Senses, Development).

Πίνακας 47: Κόστος Κατασκευής και Εξοπλισμού

ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ & ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ					
	ΧΩΡΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ (\$)	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ (\$)
Δωμάτια & Διάδρομοι	Junior Suites	51.018	ανά σουίτα	43	2.193.774
	Deluxe Suites	74.593	ανά σουίτα	31	2.312.383
	Grand Luxe Suite	90.286	ανά σουίτα	15	1.354.290
	Panorama Suite	117.802	ανά σουίτα	6	706.812
	Villa Ether	204.220	ανά βίλλα	5	1.021.100
	Μπάνια	21.920	ανά δωμάτιο	100	2.192.000
	Διάδρομοι	2.201	ανά όροφο	5	11.005
Κεντρικό Κτήριο	Υποδοχή (ρεσεψιόν, χώρος αποσκευών, μπαλκόνι)	227	ανά SF	1.507	342.089
	Μπάνια Υποδοχής	234	ανά SF	538	125.892
	Γραφεία Διοίκησης	230	ανά SF	1.614	371.220
Εστίαση	Εστιατόρια	3.737	ανά άτομο	170	635.290
	Μπαρ	9.179	ανά άτομο	75	688.425
	Κουζίνες (εστιατορίου & μπαρ)	56	ανά SF	2.153	120.568
Κτίριο Εκδηλώσεων	Χώρος Εκδηλώσεων	322	ανά SF	10.764	3.466.008
	Αίθουσα Συνεδριάσεων	191	ανά SF	1.076	205.516
Παροχές Επισκεπτών	Γυμναστήριο	164	ανά SF	2.153	353.092
	Κεντρικό Κτήριο Σπα	215	ανά SF	21.527	4.628.305
	Εσωτερική Πισίνα	117	ανά SF	1.076	125.892
	Εξωτερική Πισίνα	21	ανά SF	1.076	22.596
	Εξωτερικές Πισίνες Δωματίων	21	ανά SF	16.630	349.230
Εξωτερικοί Χώροι	Πάρκινγκ	1.895	ανά θέση	120	227.400
	Περιβάλλον Χώρος	142.103	σύνολο	-	142.103
Λοιπός Εξοπλισμός	Σύστημα κλειδιών RFID	486	ανά δωμάτιο	100	48.600
	Ανεγκυστήρας (καμπίνα & σύστημα έλξης)	488.456	ανά κτήριο	5	2.442.280
	Μονάδες ψύξης-θέρμανσης	2.085	ανά τεμάχιο	120	250.200
	Μονάδες φωτοβολταϊκών	172.500	-	-	172.500
	Γεννήτριες	45.000	ανά τεμάχιο	5	225.000
	Ηλιακοί θερμοσίφωνες	2.300	ανά τεμάχιο	50	115.000
	Σύστημα κομποστοποίησης	5.700	-	-	5.700
Εξοπλισμός Πλυντηρίου	Πλυντήριο	31.085	-	2	62.170
	Στεγνωτήριο	44.412	-	2	88.824
	Σύστημα Σιδερώματος	139.174	-	1	139.174
Προσαρμογή Κόστους Κατασκευής & Εξοπλισμού	Κόστος Κατασκευής & Εξοπλισμού	-	-	-	25.144.438
	Έξοδα Εργολαβού & Μηχανικού	17%	επί του συνολικού κόστους	-	4.274.554
	Μεταφορές & Φόροι	3%	επί του συνολικού κόστους	-	754.333
	Απρόβλεπτες Δαπάνες	10%	επί του συνολικού κόστους	-	2.514.444
ΣΥΝΟΛΟ:					\$ 32.687.769

Οι παραπάνω υπολογισμοί έχουν πραγματοποιηθεί σε δολάρια. Η ισοτιμία δολαρίου-ευρώ κατά μέσο όρο το 2023 αντιστοιχούσε σε $1\$=0,924\text{€}$, συνεπώς το κόστος κατασκευής & εξοπλισμού αντιστοιχεί σε 30.203.498€.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 5

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Development. Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1η Ιανουαρίου 2024, από <https://www.sixsenses.com/en/about-us/development>

Jonathan Nehmer & HVS Design. (2022). *Hotel Cost Estimation Guide*. Ανακτήθηκε την 1η Ιανουαρίου 2024, από <https://www.nehmer.com/costguide/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Για την επίτευξη της ομαλής λειτουργίας και κατ' επέκταση ευημερίας του υπό σύσταση ξενοδοχείου, απαραίτητη είναι η προσεκτική σχεδίαση της οργάνωσης αυτού. Στο εν λόγω κεφάλαιο θα αναλυθεί η οργανωσιακή δομή που θα επιτρέψει την βέλτιστη δυνατή λειτουργία της μονάδας, καθώς και οι υπηρεσίες εξωτερικών επαγγελματιών που θα λάβουν χώρα. Τέλος, θα γίνει υπολογισμός των γενικών αλλά και των λειτουργικών κοστών που προβλέπεται να έχει η μονάδα.

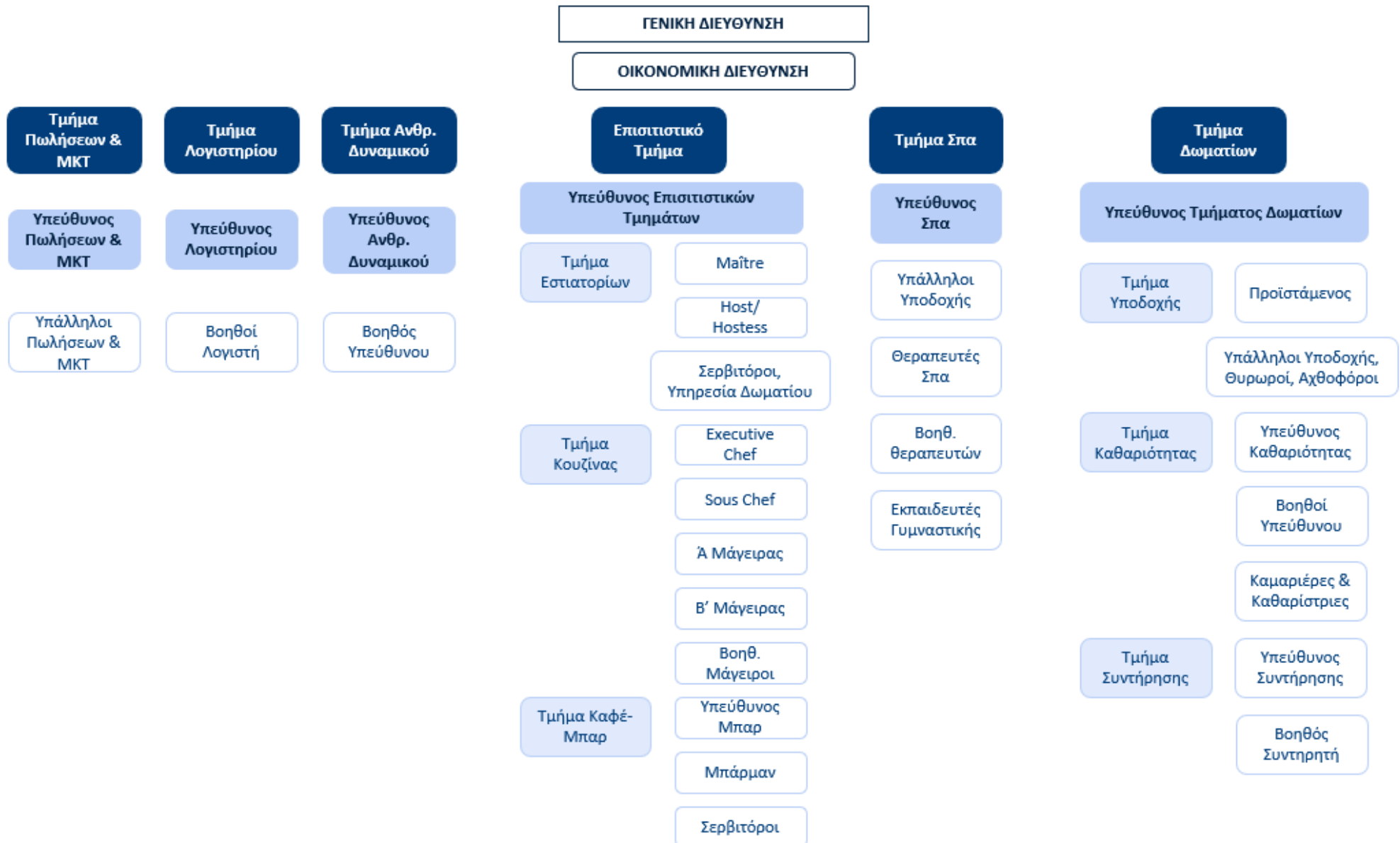
6.1. Οργάνωση Μονάδας

Η οργάνωση του ανθρώπινου δυναμικού μιας επιχείρησης σε τμήματα επιτρέπει την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των δεξιοτήτων των εργαζομένων, προκειμένου να επιτευχθεί η μέγιστη απόδοση. Για τον σχεδιασμό του ιδανικού οργανογράμματος πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ειδικές ανάγκες της επιχείρησης όπως παρουσιάζονται παρακάτω:

- **Μέγεθος:** Το ξενοδοχείο είναι σχεδιασμένο ώστε να φιλοξενεί 222 επισκέπτες στα δωμάτια και να δέχεται εξωτερικούς επισκέπτες, με αποτέλεσμα να έχει ανάγκη από υψηλό αριθμό προσωπικού
- **Παροχές:** Η μονάδα προσφέρει παροχές διαμονής, εστίασης, Σπα και εκδηλώσεων, όλες υψηλής δυναμικότητας, και συνεπώς υπάρχει ανάγκη διαχωρισμού σε τμήματα για την βέλτιστη διαχείριση των ιδιαίτερων αναγκών τους.
- **Επίπεδο υπηρεσιών:** Η μονάδα έχει σχεδιαστεί ώστε να προσφέρει υψηλό επίπεδο προσωποποιημένων υπηρεσιών και χρειάζεται επαρκές, άριστα εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο προσωπικό

Σε ό,τι αφορά την υπό εξέταση ξενοδοχειακή μονάδα, το οργανόγραμμα που ανταποκρίνεται στην δυναμικότητά της παρατίθεται παρακάτω:

Διάγραμμα 10: Οργανόγραμμα



Το παραπάνω οργανόγραμμα αποτελεί τη βάση μιας λειτουργικής δομής που προσαρμόζεται στις ανάγκες του συγκεκριμένου ξενοδοχείου. Τα τμήματα Λογιστηρίου, Ανθρώπινου Δυναμικού, Πωλήσεων & Μάρκετινγκ, Δωματίων, Επισιτισμού και Σπα επιβλέπονται από τη γενική και οικονομική διεύθυνση του ξενοδοχείου. Κάθε τμήμα αντιστοιχεί σε συγκεκριμένες ειδικότητες και καθήκοντα, τα οποία θα εξεταστούν αναλυτικά στο αντίστοιχο κεφάλαιο για τους ανθρώπινους πόρους.

6.2. Υπηρεσίες Εξωτερικών Συνεργατών

Η εξεταζόμενη ξενοδοχειακή μονάδα θα συνάψει συνεργασίες με τοπικές εταιρείες & επαγγελματίες προκειμένου να εξασφαλίσει την μέγιστη αποδοτικότητα της επιχείρησης στο χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Υπηρεσίες Ασφάλισης: Το ασφαλιστικό γραφείο Orfanos Insurance Agency με έδρα την Καλαμάτα θα αναλάβει την ασφάλιση της μονάδας.

Νομικές Υπηρεσίες: Το Δικηγορικό Γραφείο του Ζέρβα Ιωάννη με έδρα την Καλαμάτα θα αναλάβει τα νομικά θέματα της μονάδας.

Εταιρεία Φύλαξης: Η DG Patrol Security με έδρα την Καλαμάτα θα προσληφθεί για την φύλαξη της μονάδας.

Υπηρεσίες Πληροφορικής: Η εταιρεία ITRC με έδρα την Καλαμάτα θα αναλάβει την δημιουργία ανάπτυξης εφαρμογής για επικοινωνία με τους πελάτες και θα παρέχει μηνιαία τεχνική υποστήριξη.

Περιποίηση Κήπων: Η εταιρεία Golden Park με έδρα την Μεσσηνία θα αναλάβει την περιποίηση των κήπων έναντι 800€ μηνιαία, για 3 επισκέψεις το μήνα.

6.3. Υπολογισμός Γενικών Εξόδων

Τα έξοδα που σχετίζονται με ένα ξενοδοχειακό συγκρότημα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: το άμεσο και το έμμεσο κόστος. Το άμεσο κόστος (ή τα λειτουργικά έξοδα) περιλαμβάνει τα έξοδα που προκύπτουν από τη λειτουργία του ξενοδοχείου, όπως το κόστος των πρώτων υλών και της εργασίας. Αντίθετα, το έμμεσο κόστος (ή τα γενικά έξοδα) περιλαμβάνει τα έξοδα που δεν μπορούν να αποδοθούν απευθείας στη λειτουργία. Στον παρακάτω πίνακα

παρουσιάζονται τα εκτιμώμενα γενικά έξοδα για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας, τα οποία περιλαμβάνουν και τα έξοδα για υπηρεσίες από εξωτερικούς συνεργάτες. Αυτά τα έξοδα θα προσαρμόζονται κάθε έτος κατά 2,5% λόγω του μέσου πληθωρισμού στη χώρα, πέραν των αμοιβών των εξωτερικών συνεργατών που είναι προσυμφωνημένο να μείνουν σταθερές για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου.

Γενικά έξοδα πρώτων 5 ετών λειτουργίας:

- Ασφάλιστρα: 110.000€ ετησίως
- Δημοτικοί Φόροι: 0,5% των συνολικών εσόδων
- Νομικές Υπηρεσίες: 5.000€ ετησίως
- Υπηρεσίες Φύλαξης: 2.500€ μηνιαία
- Πρόγραμμα Κρατήσεων: Protel, 1.000€ μηνιαία
- Υπηρεσίες Πληροφορικής: 10.000€ το 1^ο έτος για ανάπτυξη εφαρμογής για επικοινωνία με τους πελάτες. Τα υπόλοιπα χρόνια 1.500€ τριμηνιαία για τεχνική υποστήριξη.
- Περιποίηση Κήπων: 800€ μηνιαία για 3 επισκέψεις το μήνα
- Παροχές Προσωπικού: 3€ την ημέρα ανά άτομο για όλους τους 111 υπαλλήλους (291 μέρες λειτουργίας)
- Επιβράβευση (bonus) προσωπικού: 45.000€ για το πρώτο έτος λειτουργίας και +4% για κάθε επόμενο έτος.
- Άδειες & Πιστοποιήσεις: 50.000€
- Αγορά Έργων Τέχνης: 200.000 το πρώτο έτος λειτουργίας και +1% για κάθε επόμενο έτος.
- Λοιπά Γενικά Έξοδα: 1% επί των συνολικών εξόδων

Πίνακας 48: Γενικά Έξοδα

ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ					
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2026	2027	2028	2029	2030
Ασφάλιστρα	110.000 €	110.000 €	110.000 €	110.000 €	110.000 €
Δημοτικοί Φόροι	169.721 €	181.107 €	192.815 €	204.432 €	216.341 €
Νομικές Υπηρεσίες	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €	5.000 €
Υπηρεσίες Φύλαξης	30.000 €	30.000 €	30.000 €	30.000 €	30.000 €
Πρόγραμμα Κρατήσεων	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Υπηρεσίες Πληροφορικής	10.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Περιποίηση Κήπων	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €
Παροχές Προσωπικού	96.903 €	97.145 €	97.388 €	97.632 €	97.876 €
Άδειες & Πιστοποιήσεις	50.000 €	-	-	-	-
Bonus Προσωπικού	45.000 €	46.800 €	48.672 €	50.619 €	52.644 €
Αγορά Έργων Τέχνης	200.000 €	202.000 €	204.020 €	206.060 €	208.121 €
Λοιπά Γενικά Έξοδα	339.442 €	362.215 €	385.630 €	408.864 €	432.683 €
Σύνολο Εξόδων	1.077.665 €	1.061.867 €	1.101.124 €	1.140.207 €	1.180.264 €

6.4. Υπολογισμός Λειτουργικών Εξόδων

Σε συνέχεια του παραπάνω κεφαλαίου, ακολουθεί ανάλυση όλων των Λειτουργικών Εξόδων και η εξέλιξή τους μέσα στην πενταετία. Για τον υπολογισμό των Λειτουργικών Εξόδων χρησιμοποιούμε έξοδα που έχουν υπολογιστεί σε προηγούμενες ενότητες (και το κόστος εργασίας που θα αναλυθεί στην αμέσως επόμενη ενότητα) με την προσθήκη της Προμήθειας Εξωτερικών Συνεργατών που υπολογίζεται ως 7% επί των ετήσιων εσόδων των δωματίων. Επιπλέον, γίνεται περιγραφή της ποσοστιαίας κατανομής των λειτουργικών εξόδων για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της μονάδας αλλά και ο μερισμός αυτών κατά την ίδια χρονική περίοδο.

Πίνακας 50: Λειτουργικά Έξοδα

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ					
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2026	2027	2028	2029	2030
Α' Ύλεις Επισιτιστικών Τμημάτων	1.644.695 €	1.913.274 €	2.207.596 €	2.508.742 €	2.833.442 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1.697.208 €	1.811.073 €	1.928.148 €	2.044.320 €	2.163.413 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	411.859 €	439.193 €	467.253 €	496.057 €	525.619 €
Είδη Κηπουρικής	10.000 €	10.500 €	11.025 €	11.576 €	12.155 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	35.000 €	36.750 €	38.588 €	40.517 €	42.543 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	8.000 €	8.400 €	8.820 €	9.261 €	9.724 €
Κόστος Εργασίας	2.629.348 €	2.642.494 €	2.655.707 €	2.668.985 €	2.682.330 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	2.265.227 €	1.976.367 €	1.401.760 €	992.114 €	788.429 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	2.376.091 €	2.535.502 €	2.699.407 €	2.862.049 €	3.028.779 €
Σύνολο Εξόδων	11.077.428 €	11.373.553 €	11.418.304 €	11.633.621 €	12.086.434 €

Πίνακας 49: Ποσοστιαία Κατανομή Λειτουργικών Εξόδων

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ					
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2026	2027	2028	2028	2028
Α' Ύλεις Επισιτιστικών Τμημάτων	14,85%	16,82%	19,33%	21,56%	23,44%
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	15,32%	15,92%	16,89%	17,57%	17,90%
Συντήρηση & Καθαριότητα	3,72%	3,86%	4,09%	4,26%	4,35%
Είδη Κηπουρικής	0,09%	0,09%	0,10%	0,10%	0,10%
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	0,32%	0,32%	0,34%	0,35%	0,35%
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	0,07%	0,07%	0,08%	0,08%	0,08%
Κόστος Εργασίας	23,74%	23,23%	23,26%	22,94%	22,19%
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	20,45%	17,38%	12,28%	8,53%	6,52%
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	21,45%	22,29%	23,64%	24,60%	25,06%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%	100%

Σε ό,τι αφορά τον μερισμό των λειτουργικών εσόδων που ακολουθεί, απαραίτητη κρίνεται η διευκρίνιση των υποκατηγοριών του, δηλαδή του κόστους πωληθέντων, των εξόδων διοικητικής λειτουργίας και των εξόδων λειτουργίας διαθέσεως.

Κόστος Πωληθέντων: Αναφέρεται στο κόστος που προκύπτει από την παραγωγή ή την προμήθεια των αγαθών που πωλούνται. Περιλαμβάνει το κόστος των πρώτων υλών, της εργασίας και άλλες άμεσες δαπάνες που σχετίζονται με την παραγωγή των προϊόντων ή την παροχή των υπηρεσιών που πωλούνται.

Έξοδα Διοικητικής Λειτουργίας: Αναφέρεται στα κόστη που προκύπτουν από τη διοίκηση και την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Μπορεί να περιλαμβάνει μισθούς και μισθώματα προσωπικού, γραφειακά έξοδα, έξοδα ενοικίου για γραφεία, καθώς και άλλες λειτουργικές δαπάνες που σχετίζονται με τη διοίκηση της επιχείρησης.

Έξοδα Λειτουργίας Διάθεσης: Αφορούν το κόστος που σχετίζεται με την προώθηση και την πώληση των προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχείρησης. Περιλαμβάνει το κόστος διαφήμισης, προώθησης και τυχόν άλλες δαπάνες που σχετίζονται με την προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών.

Πίνακας 51: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 1ο Έτος Λειτουργίας

ΜΕΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - 1ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ		ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ	
	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)
Α' Ύλες Επιστιτιστικών Τμημάτων	1.644.695 €	95%	1.562.460 €	5%	82.235 €	0%	0 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1.697.208 €	75%	1.272.906 €	25%	424.302 €	0%	0 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	411.859 €	75%	308.895 €	25%	102.965 €	0%	0 €
Είδη Κηπουρικής	10.000 €	70%	7.000 €	30%	3.000 €	0%	0 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	8.000 €	0%	0 €	100%	8.000 €	0%	0 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	35.000 €	0%	0 €	100%	35.000 €	0%	0 €
Κόστος Εργασίας	2.629.348 €	0%	0 €	100%	2.629.348 €	0%	0 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	2.265.227 €	0%	0 €	0%	0 €	100%	2.265.227 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	2.376.091 €	100%	2.376.091 €	0%	0 €	0%	0 €
ΣΥΝΟΛΟ	11.077.428 €	50%	5.527.351 €	30%	3.284.849 €	20%	2.265.227 €

Πίνακας 52: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 2ο Έτος Λειτουργίας

ΜΕΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - 2ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ		ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	
	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)
Α' Ύλεις Επισιτιστικών Τμημάτων	1.913.274 €	95%	1.817.610 €	5%	95.664 €	0%	0 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1.811.073 €	75%	1.358.305 €	25%	452.768 €	0%	0 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	439.193 €	75%	329.395 €	25%	109.798 €	0%	0 €
Είδη Κηπουρικής	10.500 €	70%	7.350 €	30%	3.150 €	0%	0 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	8.400 €	0%	0 €	100%	8.400 €	0%	0 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	36.750 €	0%	0 €	100%	36.750 €	0%	0 €
Κόστος Εργασίας	2.642.494 €	0%	0 €	100%	2.642.494 €	0%	0 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	1.976.367 €	0%	0 €	0%	0 €	100%	1.976.367 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	2.535.502 €	100%	2.535.502 €	0%	0 €	0%	0 €
ΣΥΝΟΛΟ	11.373.553 €	53%	6.048.162 €	29%	3.349.025 €	17%	1.976.367 €

Πίνακας 53: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 3ο Έτος Λειτουργίας

ΜΕΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - 3ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ		ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	
	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)
Α' Ύλεις Επισιτιστικών Τμημάτων	2.207.596 €	95%	2.097.216 €	5%	110.380 €	0%	0 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	1.928.148 €	75%	1.446.111 €	25%	482.037 €	0%	0 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	467.253 €	75%	350.440 €	25%	116.813 €	0%	0 €
Είδη Κηπουρικής	11.025 €	70%	7.718 €	30%	3.308 €	0%	0 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	8.820 €	0%	0 €	100%	8.820 €	0%	0 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	38.588 €	0%	0 €	100%	38.588 €	0%	0 €
Κόστος Εργασίας	2.655.707 €	0%	0 €	100%	2.655.707 €	0%	0 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	1.401.760 €	0%	0 €	0%	0 €	100%	1.401.760 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	2.699.407 €	100%	2.699.407 €	0%	0 €	0%	0 €
ΣΥΝΟΛΟ	11.418.304 €	58%	6.600.892 €	30%	3.415.652 €	12%	1.401.760 €

Πίνακας 54: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 4ο Έτος Λειτουργίας

ΜΕΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - 4ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΤΩΝ		ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	
	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)
Α' Ύλες Επισιτιστικών Τμημάτων	2.508.742 €	95%	2.383.305 €	5%	125.437 €	0%	0 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	2.044.320 €	75%	1.533.240 €	25%	511.080 €	0%	0 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	496.057 €	75%	372.043 €	25%	124.014 €	0%	0 €
Είδη Κηπουρικής	11.576 €	70%	8.103 €	30%	3.473 €	0%	0 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	9.261 €	0%	0 €	100%	9.261 €	0%	0 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	40.517 €	0%	0 €	100%	40.517 €	0%	0 €
Κόστος Εργασίας	2.668.985 €	0%	0 €	100%	2.668.985 €	0%	0 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	992.114 €	0%	0 €	0%	0 €	100%	992.114 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	2.862.049 €	100%	2.862.049 €	0%	0 €	0%	0 €
ΣΥΝΟΛΟ	11.633.621 €	62%	7.158.740 €	30%	3.482.768 €	9%	992.114 €

Πίνακας 55: Μερισμός Λειτουργικών Εξόδων - 5ο Έτος Λειτουργίας

ΜΕΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ - 5ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ							
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΤΩΝ		ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	
	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)	Ποσοστό (%)	Ποσό (€)
Α' Ύλες Επισιτιστικών Τμημάτων	2.833.442 €	95%	2.691.769 €	5%	141.672 €	0%	0 €
Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	2.163.413 €	75%	1.622.560 €	25%	540.853 €	0%	0 €
Συντήρηση & Καθαριότητα	525.619 €	75%	394.214 €	25%	131.405 €	0%	0 €
Είδη Κηπουρικής	12.155 €	70%	8.509 €	30%	3.647 €	0%	0 €
Έξοδα Ένδυσης Προσωπικού	9.724 €	0%	0 €	100%	9.724 €	0%	0 €
Γραφική Ύλη & Αναλώσιμα	42.543 €	0%	0 €	100%	42.543 €	0%	0 €
Κόστος Εργασίας	2.682.330 €	0%	0 €	100%	2.682.330 €	0%	0 €
Προώθηση Τουριστικού Προϊόντος	788.429 €	0%	0 €	0%	0 €	100%	788.429 €
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών	3.028.779 €	100%	3.028.779 €	0%	0 €	0%	0 €
ΣΥΝΟΛΟ	12.086.434 €	64%	7.745.831 €	29%	3.552.174 €	7%	788.429 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Οι άνθρωποι είναι αναπόσπαστο κομμάτι της εις βάθος χρόνου επιτυχίας ενός ξενοδοχείου, καθώς αποτελούν τον παλμό των λειτουργιών του, επηρεάζοντας τη συνολική εμπειρία και ικανοποίηση των πελατών. Το εξειδικευμένο και αφοσιωμένο προσωπικό, από τους υπαλλήλους πρώτης γραμμής έως τη διοίκηση, δημιουργεί ένα φιλόξενο και αποτελεσματικό περιβάλλον, διασφαλίζοντας ότι οι επισκέπτες αισθάνονται ότι εκτιμώνται και ότι τους φροντίζουν καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής τους. Για το λόγο αυτό, η διαλογή του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί εξαιρετικά σημαντικό παράγοντα επιτυχίας του επενδυτικού σχεδίου.

7.1. Καθορισμός Αναγκών Ανθρώπινου Δυναμικού

Φυσικά, το πρώτο βήμα για την επιτυχημένη διαλογή των ανθρώπινων πόρων είναι ο σαφής προσδιορισμός των αναγκών της μονάδας. Όπως έχει αναλυθεί παραπάνω, η υπό σύσταση επιχείρηση θα αποτελέσει ένα υπερπολυτελές ξενοδοχείο μόνο για ενήλικες που θα λειτουργεί 10 μήνες τον χρόνο. Η δεδομένη μονάδα σκοπεύει να διακριθεί μεταξύ των ανταγωνιστών και μέσω του εξαιρετικού προσωπικού της που θα φέρει στην ζωή το όραμα των ιδρυτών. Κατά συνέπεια η επιλογή προσωπικού θα γίνει με βάση πολύ υψηλών κριτηρίων που πέραν της εμπειρίας και των γνώσεων θα εστιάζει σε πολύ μεγάλο βαθμό στις κοινωνικές δεξιότητες και την συναισθηματική νοημοσύνη. Παρά την υψηλή ζήτηση στην περιοχή της Μεσσηνίας, δεν προβλέπεται να υπάρξει ανάγκη για έκτακτο προσωπικό καθώς η μονάδα θα είναι άρτια στελεχωμένη και προετοιμασμένη για τις υψηλές περιόδους. Επιπλέον, να τονιστεί πως οι εργαζόμενοι, με ελάχιστες εξαιρέσεις που θα προσυμφωνηθούν, θα εργάζονται 5 μέρες την εβδομάδα και 9 ώρες την ημέρα, γεγονός που συνεπάγεται αυξημένες ανάγκες προσωπικού. Επιπρόσθετα, καθώς το ξενοδοχείο εμπίπτει στην κατηγορία 5 αστέρων θα έχει 24ωρη υποδοχή και υπηρεσία δωματίου.

Ο τουρισμός στην Μεσσηνία αποτελεί έναν ολοένα και πιο ανταγωνιστικό κλάδο, με συνέπεια την χαμηλότερη διαθεσιμότητα προσωπικού. Παρά ταύτα, οι υψηλότερες του μέσου όρου αμοιβές και το υψηλό προφίλ του ξενοδοχείου προβλέπεται να προσελκύσουν επαρκή αριθμό ενδιαφερομένων. Ακόμα, βασικός παράγοντας προσέλκυσης αποτελεί και η εστίαση στον χαρακτήρα του ατόμου, χάριν της οποίας μπορεί να παραλειφθεί η έλλειψη εμπειρίας

ή γνώσεων, που θα αντισταθμιστεί από πρόσθετη εκπαίδευση εντός της επιχείρησης και θα αποτελεί έναν αποτρεπτικό παράγοντα λιγότερο.

Το προσωπικό κατηγοριοποιείται σε διοικητικό, τεχνικό, βοηθητικό και ξενοδοχειακό. Αναλυτικότερα, το διοικητικό προσωπικό αποτελούν ο Γενικός και ο Οικονομικός Διευθυντής, καθώς και το τμήμα Λογιστηρίου. Ο Οικονομικός Διευθυντής σε συνεργασία με το τμήμα Λογιστηρίου θα είναι υπεύθυνοι για το σύνολο των χρηματοοικονομικών και λογιστικών πράξεων της μονάδας, ενώ ο Γενικός Διευθυντής θα επιβλέπει συνολικά το ξενοδοχείο, λαμβάνοντας τις τελικές αποφάσεις για την αποτελεσματική λειτουργία, ποιότητα υπηρεσιών και οικονομική επιτυχία.

Στη συνέχεια το τεχνικό/βοηθητικό προσωπικό της ξενοδοχειακής μονάδας αποτελείται από δύο κρίσιμα τμήματα: τη συντήρηση και την ασφάλεια. Στη συντήρηση, ο υπεύθυνος συντήρησης και ο βοηθός του αναλαμβάνουν τον ρόλο της διαρκούς συντήρησης του μηχανολογικού εξοπλισμού και της γενικής λειτουργίας των εγκαταστάσεων, με στόχο την πρόληψη τεχνικών προβλημάτων και την εφαρμογή προτύπων ασφαλείας.

Σε ό,τι αφορά την ασφάλεια, έχει ανατεθεί εξ ολοκλήρου στην εταιρεία φύλαξης που αναλύθηκε παραπάνω καθότι θεωρήθηκε πιο συμφέρον και αποτελεσματικό από την πρόσληψη φυλάκων σε μόνιμες θέσεις αλλά και επειδή η εταιρεία θα εξοπλίζει την μονάδα με τα πιο σύγχρονα τεχνολογικά συστήματα επιτήρησης και ασφάλειας σε προνομιακές τιμές.

Σε ό,τι αφορά το ξενοδοχειακό προσωπικό, αυτό διαμορφώνεται σε τέσσερα βασικά τμήματα: το μάρκετινγκ/πωλήσεις, τα δωμάτια, και τον επισιτισμό.

Στο τμήμα Μάρκετινγκ & Πωλήσεων θα απασχοληθούν 4 άτομα, για την χάραξη της στρατηγικής μάρκετινγκ, την βελτιστοποίηση των πωλήσεων αλλά και τον υπολογισμό των απαραίτητων προμηθειών και εφοδίων.

Το τμήμα Δωματίων περιλαμβάνει το τμήμα Υποδοχής και το τμήμα Καθαριότητας. Το τμήμα Υποδοχής περιλαμβάνει την ρεσεψιόν όπου θα εργάζονται 6 υπάλληλοι, 2 υπεύθυνοι για την διαχείριση των κρατήσεων, και 4 ρεσεψιονίστ για την λήψη των τηλεφωνικών κλήσεων και την υποδοχή και εξυπηρέτηση των πελατών. Περιλαμβάνει επίσης 2 θυρωρούς, υπεύθυνους για την παροχή εξαιρετικών υπηρεσιών πελατών και τη διευκόλυνση αιτημάτων, όπως κρατήσεις εστιατορίων και εκδρομών, παρέχοντας προσωπική εξυπηρέτηση και πληροφορίες. Τέλος, οι αχθοφόροι θα προσφέρουν βοήθεια κατά την άφιξη και αναχώρηση, εξασφαλίζοντας άνετη διαμονή και παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με τις εγκαταστάσεις

του ξενοδοχείου. Όλοι οι παραπάνω λογοδοτούν στον Προϊστάμενο της Υποδοχής, που έχει καθήκον να ρυθμίζει την ομαλή λειτουργία του τμήματος.

Έπειτα, το τμήμα Καθαριότητας αποτελείται από συνολικά 29 άτομα, με τον Υπεύθυνο Καθαριότητας σε συνδυασμό με τους Βοηθούς του να οργανώνουν τις καμαριέρες, τους καθαριστές των κοινών χώρων αλλά και τους υπάλληλους του πλυντηρίου. Οι Υπεύθυνοι Υποδοχής και Καθαριότητας λογοδοτούν στον Υπεύθυνο Τμήματος Δωματίων.

Το Επισιτιστικό τμήμα χωρίζεται στο τμήμα Εστιατορίου, το τμήμα Κουζίνας και το τμήμα Καφετέριας-μπαρ, που επιβλέπονται και οργανώνονται από τον Υπεύθυνο του Επισιτιστικού τμήματος (F & B Manager).

Το τμήμα Εστιατορίου αποτελείται από 14 άτομα, και αναλυτικότερα, από τον Maître, που είναι υπεύθυνος για τον συντονισμό του προσωπικού στο εστιατόριο, τη διαχείριση κρατήσεων και την εξασφάλιση της ομαλής εξυπηρέτησης των πελατών, τους σερβιτόρους του εστιατορίου και τους σερβιτόρους της υπηρεσίας δωματίου.

Το τμήμα κουζίνας επιβλέπεται από τον Executive Chef (ένας για κάθε εστιατόριο) που είναι υπεύθυνος για τον σχεδιασμό του μενού, τον έλεγχο της κουζίνας, τη διοίκηση του προσωπικού και την εξασφάλιση υψηλών προτύπων γευστικότητας και υγιεινής. Λαμβάνει βοήθεια από τον Sous Chef (ένας για κάθε εστιατόριο) σε ό,τι αφορά τον καθημερινό έλεγχο της κουζίνας, τον σχεδιασμό μενού και τη διαχείριση του προσωπικού. Οι μάγειρες Α και Β' (ένας για κάθε εστιατόριο) ασχολούνται με την παρασκευή φαγητών, την ποιότητα και την παρουσίαση των πιάτων. Οι βοηθοί και οι λαντζιέρηδες (10 συνολικά) είναι υπεύθυνοι για την προετοιμασία των υλικών, τη συνδρομή στους μάγειρες, και τη διατήρηση της τάξης και της καθαριότητας στην κουζίνα.

Επιπλέον, το τμήμα Καφετέριας-μπαρ, έχει ως κεφαλή τον Υπεύθυνο Μπαρ, ο οποίος διαχειρίζεται το μπαρ, σχεδιάζει το μενού ποτών, διαχειρίζεται το προσωπικό και εξασφαλίζει την ομαλή λειτουργία και την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Έπειτα, οι 2 μπάρμαν είναι αρμόδιοι για την παρασκευή και το σερβίρισμα ποτών, γνώστες των συνταγών, υπεύθυνοι για τη διατήρηση της τάξης στο μπαρ και την εξυπηρέτηση των πελατών, ενώ οι 5 σερβιτόροι εξυπηρετούν τους πελάτες του μπαρ, παρέχουν πληροφορίες για το μενού, σερβίρουν τα ποτά, και διατηρούν καθαρό τον χώρο εργασίας τους.

Τέλος, το τμήμα Σπα οργανώνεται από την υπεύθυνη Σπα και αποτελείται από άλλα 13 άτομα. Οι 3 υπάλληλοι υποδοχής Σπα διευκολύνουν ραντεβού και παρέχουν πληροφορίες, οι 5 θεραπευτές προσφέρουν εξειδικευμένες θεραπείες και μασάζ στους πελάτες, οι 3

βοηθοί θεραπευτών υποστηρίζουν τους θεραπευτές στα στην παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, προετοιμάζοντας το περιβάλλον και βοηθώντας στην άνετη εμπειρία των πελατών και οι 2 εκπαιδευτές γυμναστικής παρέχουν εκπαίδευση και συμβουλές γυμναστικής στους πελάτες, σχεδιάζοντας προγράμματα άσκησης και παρέχοντας υποστήριξη για τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης.

Όπως φαίνεται, ο προγραμματισμός του προσωπικού έχει σχεδιαστεί για να καλύπτει επαρκώς τις υψηλές ανάγκες της μονάδας, με προοπτική αξιολόγησης και προσαρμογής μετά την πρώτη περίοδο λειτουργίας.

7.2. Βασικές Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων

Προσλήψεις:

- Στόχευση στην προσέλκυση κορυφαίων ταλέντων
- Αξιοποίηση πολλαπλών καναλιών εύρεσης εργασίας (LinkedIn, Tweeter, Instagram, Indeed, Glassdoor, Σχολές & εκπαιδευτικά ιδρύματα, επαγγελματικές ενώσεις κλπ.)
- Η διαδικασία επιλογής θα περιλαμβάνει συνεντεύξεις, αξιολογήσεις, ελέγχους συστατικών επιστολών και διαδραστικά τεστ

Προσαρμογή:

- Πρόγραμμα για εξοικείωση με την πολιτικές, τις διαδικασίες και την κουλτούρα του ξενοδοχείου
- Διευκόλυνση ένταξής τους μέσω μιας ομαλής εμπειρίας εισαγωγής

Εργασιακές σχέσεις:

- Ανοικτή επικοινωνία
- Τακτική ανατροφοδότηση
- Άμεση αντιμετώπιση των τυχόν εντάσεων και προβληματισμών του προσωπικού

Συμμόρφωση:

- Τήρηση των κανονισμών και των προτύπων
- Τακτικοί έλεγχοι για την διασφάλιση της συμμόρφωσης
- Αποφυγή τιμωρίας, εστίαση στην επανεκπαίδευση

Υγιεινή & Ασφάλεια:

- Ύπαρξη σχεδίων για αντιμετώπιση έκτακτης ανάγκης & τακτικές ασκήσεις
- Προτεραιότητα στην υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων μέσω πρωτοκόλλων

Εκπαίδευση & Ανάπτυξη:

- Παροχή ευκαιριών κατάρτισης και ανάπτυξης στους εργαζομένους για την ενίσχυση των δεξιοτήτων
- Προσαρμοσμένα εκπαιδευτικά προγράμματα για την κάλυψη των αναγκών των διαφόρων τμημάτων
- Ενθάρρυνση της συνεχούς μάθησης και των ευκαιριών εξέλιξης

Αξιολόγηση Απόδοσης:

- Μηνιαία και ετήσια αξιολόγηση απόδοσης των εργαζομένων όσο και των στελεχών

7.3. Μισθολογικό Κόστος

Σύμφωνα με τον προγραμματισμό που διενεργήθηκε, ο συνολικός αριθμός ανθρώπινων πόρων που απαιτούνται ανέρχεται σε 111 άτομα. Στον κάτωθι πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι μηνιαίες μικτές απολαβές και η πρόβλεψη του ετήσιου κόστους του προσωπικού και των στελεχών, έχοντας συμπεριλάβει όλες τις ετήσιες άδειες και επιδόματα.

Να τονιστεί πως ο καθορισμός των αμοιβών βασίζεται σε ένα σύνθετο σύστημα παραγόντων που μπορεί να εντοπιστεί στα παρακάτω:

- Στην υπευθυνότητα της θέσης
- Στην συνεισφορά του εργαζόμενου
- Στις σπουδές & δεξιότητες του εργαζόμενου
- Στην προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση
- Στις επιπλέον γνώσεις & εξειδίκευση

Πίνακας 56: Μισθολογικό Κόστος - 1ο έτος Λειτουργίας

ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ - 1ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ						
ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΜΗΝΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΜΗΝΕΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΚΑΘΑΡΕΣ ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ (€)	ΜΕΙΚΤΕΣ ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΑΠΟΛΑΒΕΣ (€)	ΔΑΠΑΝΗ ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑΣ (& ΑΣΦΑΛ. ΕΙΣΦΟΡΕΣ) (€)
Γενικός Διευθυντής	12	1	14	2.749	4.500	77.060
Οικονομικός Διευθυντής	12	1	14	2.234	3.400	58.223
Υπεύθυνος Πωλήσεων & Μάρκετινγκ	12	1	14	1.639	2.200	37.674
Υπάλληλοι Πωλήσεων & Μάρκετινγκ	10	3	12	1.241	1.600	70.455
Υπεύθυνος Λογιστηρίου	12	1	14	1.457	2.000	34.249
Βοηθοί Λογιστή	10	2	12	1.110	1.500	44.034
Υπεύθυνος Ανθρώπινου Δυναμικού	12	1	14	1.621	2.200	37.674
Βοηθός Υπεύθυνου Ανθ. Δυναμικού	12	1	14	1.372	1.700	29.112
F&B Manager	12	1	14	1.639	2.300	39.386
Executive Chef	12	2	14	1.578	2.100	71.923
Sous Chef	10	2	12	1.438	1.900	55.777
Μάγειρας Α'	10	2	12	1.307	1.600	46.970
Μάγειρας Β'	10	2	12	1.241	1.500	44.034
Βοηθητικοί Μάγειροι	10	10	12	1.176	1.400	205.494
Maître	10	2	12	1.529	2.050	60.180
Host/Hostess	10	1	12	1.176	1.500	22.017
Βοηθοί Εστιατορίου, Σερβιτόροι	10	11	12	1.078	1.350	217.971
Υπεύθυνος Μπαρ	10	1	12	1.241	1.600	23.485
Μπάρμαν, Σερβιτόροι Μπαρ	10	7	12	1.078	1.400	143.846
Υπεύθυνος Συντήρησης	12	1	14	1.457	2.000	34.249
Βοηθός Συντηρητή	10	1	12	1.110	1.400	20.549
Υπεύθυνος Τμήματος Δωματίων	10	1	12	1.621	2.200	32.292
Προϊστάμενος Υποδοχής	10	1	12	1.771	2.100	30.824
Υπάλληλοι Υποδοχής, Θυρωροί	10	12	12	1.176	1.500	264.207
Υπεύθυνος Καθαριότητας	10	1	12	1.372	1.800	26.421
Βοηθοί Υπεύθυνου Καθαριότητας	10	3	12	1.372	1.500	66.052
Βοηθοί Καθαριότητας	10	25	12	1.110	1.400	513.736
Υπεύθυνος Σπα	10	1	12	1.500	2.000	29.356
Υπάλληλοι Υποδοχής Σπα	10	3	12	1.176	1.500	66.052
Θεραπευτές Σπα	10	5	12	1.241	1.600	117.425
Βοηθοί Θεραπευτών Σπα	10	3	12	1.110	1.400	61.648
Εκπαιδευτές Γυμναστικής	10	2	12	1.241	1.600	46.970
Σύνολο Δαπανών Μισθοδοσίας		111				2.629.348

Υπολογίζεται πως το Μισθολογικό Κόστος της Μονάδας θα αναπροσαρμοστεί με αύξηση 0,5% ετησίως για τα επόμενα 5 έτη λειτουργίας.

Επιπλέον θα υπάρχουν πριμοδοτήσεις (bonus) Προσωπικού τα οποία υπολογίζονται στα 45.000€ τον 1^ο χρόνο και +4% τα επόμενα έτη (γενικά έξοδα).

Συνεπώς το Μισθολογικό κόστος των επόμενων 4 ετών θα είναι το εξής:

Πίνακας 57: Μισθολογικό Κόστος - 2ο έως 5ο έτος λειτουργίας

ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ - 2ο ΕΩΣ 5ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
2ο Έτος Λειτουργίας	2.642.494 €
3ο Έτος Λειτουργίας	2.655.707 €
4ο Έτος Λειτουργίας	2.668.985 €
5ο Έτος Λειτουργίας	2.682.330 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1. Εκτίμηση Αναγκών σε Χώρους

Όπως έχει αναλυθεί στα κεφάλαια 5.2., το οικόπεδο της υπό ανέγερση ξενοδοχειακής μονάδας θα καλύπτει συνολική επιφάνεια 11 στρεμμάτων συν τον απαραίτητο περιβάλλοντα χώρο, καλύπτοντας το 3,6% του οικοπέδου.

Πίνακας 58: Μέγεθος Επιμέρους Τμημάτων Ξενοδοχειακής Μονάδας (σε τ.μ.)

Μέγεθος Επιμέρους Τμημάτων Ξενοδοχειακής Μονάδας (σε τ.μ.)	
Δωμάτια	6.000
Εστιατόρια, Μπαρ & Σπα	3.500
Κτήριο Υποδοχής	190
Πολυώρος Εκδηλώσεων	600
Πάρκινγκ	300
Βοηθητικοί χώροι	200
Σύνολο	10.790

Στη συνέχεια, γνωρίζοντας τις ανάγκες σε χώρους της υπό μελέτης μονάδας, μπορούμε να ορίσουμε τα κριτήρια βάσει των οποίων θα γίνει η επιλογή της άριστης τοποθεσίας και χώρου. Τα εν λόγω κριτήρια συνοψίζονται στα εξής:




1. Απαιτούμενα οικοδομήσιμα στρέμματα
2. Απόσταση από το αεροδρόμιο/ ευκολία πρόσβασης
3. Απόσταση από την παραλία
4. Θέα προς το ηλιοβασίλεμα
5. Απόσταση από καταλύματα 5*
6. Απόσταση από προμηθευτές και μέρη τουριστικού ενδιαφέροντος
7. Επενδυτικά κίνητρα
8. Επικλινής φύση οικοπέδου
9. Καλές περιβαλλοντολογικές συνθήκες
10. Κάλυψη αναγκών αποθήκευσης
11. Ασφάλεια περιοχής
12. Διαθεσιμότητα απαραίτητου προσωπικού
13. Αποδοχή από την τοπική κοινωνία

8.2. Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας & Χώρου

Όπως έχει αναφερθεί στην βασική ιδέα του προγράμματος, η τοποθεσία της επιχείρησης ήταν προκαθορισμένο να δημιουργηθεί στην Πύλο Μεσσηνίας της Περιφέρειας Πελοποννήσου, τον τόπο καταγωγής των ιδρυτών. Λόγω της ταχείας ανάπτυξης της περιοχής τα τελευταία χρόνια, ελάχιστα μόνο οικόπεδα προς τουριστική εκμετάλλευση έχουν απομείνει. Έπειτα έρευνας, βρέθηκαν δύο οικόπεδα προς εξέταση τα χαρακτηριστικά των οποίων παρατίθενται παρακάτω:

Εναλλακτική 1:

← Λίστα αγγελιών Πωλήσεις οικοπέδων & αγροτεμαχίων > Μεσσηνία > Πύλος > Γαννουλαίικα ▾ > Αγγελία 12763478
🖨️

Οικόπεδο, 100000τ.μ.

Γαννουλαίικα, Πύλος (Μεσσηνία)

Κυπαρισσίας-Πύλου 24001


€4.300.000

📞 Εμφάνιση τηλεφώνου

Εικόνα 4: Οικόπεδο σε Πύλο Μεσσηνίας (διαθέσιμο στο Spitogatos.gr)

Εναλλακτική 2:

← Λίστα αγγελιών Πωλήσεις οικοπέδων & αγροτεμαχίων > Μεσσηνία > Πύλος > Επίλεξε υποπεριοχή > Αγγελία 6050591



Οικόπεδο, 300000τ.μ.
Πύλος (Μεσσηνία)

€7.500.000

Περιγραφή

Εμφάνιση τηλεφώνου

Εικόνα 5: Οικόπεδο σε Πύλο Μεσσηνίας (διαθέσιμο στο Spitogatos.gr)

Πίνακας 59 & 5: Χαρακτηριστικά Εναλλακτικών Τοποθεσιών

Χαρακτηριστικά Εναλλακτικής 1	
Τιμή	4.300.000 €
Τιμή ανά τ.μ.	43 €
Εμβαδόν	100.000 τ.μ.
Απόσταση από τη θάλασσα	50 μ.
Διαθέσιμο από	Άμεσα διαθέσιμο
Κλίση	Επίπεδο
Θέα	Ναι
Προσανατολισμός	Βορειοανατολικός
Προσβαση από	Άσφαλτο
Ζώνη	Οικιστική
Συντελεστής Δόμησης	0.2
Προσόψεως	0μ.

Χαρακτηριστικά Εναλλακτικής 2	
Τιμή	7.500.000 €
Τιμή ανά τ.μ.	25 €
Εμβαδόν	300.000 τ.μ.
Απόσταση από τη θάλασσα	150 τ.μ.
Διαθέσιμο από	Άμεσα διαθέσιμο
Κλίση	Επικλινές
Θέα	Ναι
Προσανατολισμός	Δυτικομεσημβρινός
Προσβαση από	Άσφαλτο
Ζώνη	Οικιστική
Συντελεστής Δόμησης	0.2
Προσόψεως	500μ.

Και τα δύο οικόπεδα βρίσκονται σε προνομιακή θέση μπροστά στην θάλασσα, έχουν απεριόριστη θέα αλλά μόνο το 2^ο είναι τελικώς συμβατό με τα απαιτούμενα χαρακτηριστικά λόγω του συντελεστή δόμησης που επιτρέπει την οικοδόμηση 5.000 τ.μ. για το πρώτο οικόπεδο ενώ έως 15.000 τ.μ. για το δεύτερο. Συνεπώς, εφόσον ο αναγκαίος χώρος για την ανέγερση της μονάδας είναι σχεδόν 13.000 τ.μ. επιλέγεται το δεύτερο οικόπεδο.

Πέρα από την ύπαρξη των απαιτούμενων οικοδομήσιμων στρεμμάτων και την μη ύπαρξη εναλλακτικών χώρων, το παρόν οικόπεδο είναι κατάλληλο για την παρούσα επένδυση με βάση και τα παρακάτω κριτήρια:

- **Κλίση οικοπέδου:** η αρχιτεκτονική δομή που θα υλοποιηθεί διευκολύνεται από την επικλινή φύση του οικοπέδου, ελαφρύνοντας τον περιβαλλοντικό αντίκτυπο αλλά και το οικονομικό κόστος της κατασκευής.
- **Θέα:** το οικόπεδο έχει εξαιρετική θέα προς την θάλασσα, με τον δυτικομεσημβρινό προσανατολισμό να επιτρέπει την θέαση του ηλιοβασιλέματος από κάθε σημείο του οικοπέδου.
- **Κάλυψη αναγκών αποθήκευσης:** το μέγεθος του οικοπέδου επιτρέπει την ύπαρξη βοηθητικών χώρων εντός της μονάδας, μειώνοντας μακροχρόνια τα κόστη της επιχείρησης.
- **Ευκολία πρόσβασης:** το οικόπεδο είναι προσβάσιμο από ασφάλτο και κοντά σε κεντρικούς δρόμους.
- **Απόσταση από την παραλία:** το οικόπεδο βρίσκεται στα 150μ. από την παραλία.
- **Απόσταση από καταλύματα 5*:** το οικόπεδο βρίσκεται σε απόσταση 20-30 λεπτών οδικώς από τα ξενοδοχεία Costa Navarino, επιτρέποντας του να ξεχωρίσει αλλά και να συνδέεται με αυτά.
- **Απόσταση από μέρη τουριστικού ενδιαφέροντος:** εγγύτητα σε διάφορα μνημεία και δραστηριότητες.
- **Επενδυτικά κίνητρα:** δίνονται ποικίλες επιδοτήσεις από το ελληνικό κράτος αλλά και την ΕΕ για την ανέγερση ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή της Μεσσηνίας οι οποίες θα αναλυθούν στο Κεφάλαιο 9.

8.3. Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Η ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων είναι πρώτιστης σημασίας κατά την ανέγερση ενός νέου ξενοδοχειακού συγκροτήματος, καθότι όχι μόνο καθίσταται ολόένα και

πιο σημαντικός παράγοντας για τον σύγχρονο επισκέπτη αλλά κυρίως επειδή εξασφαλίζει την μακρόχρονη επιβίωση του ξενοδοχείου, το οποίο θα βρίσκεται στην καρδιά του χώρου εγκατάστασής του. Θα ληφθούν, κατά συνέπεια, ορισμένα μέτρα που θα εξασφαλίσουν τις μικρότερες δυνατές επιπτώσεις στον περιβάλλοντα χώρο.

Καταρχάς, να διευκρινιστεί ότι η ανέγερση μια ξενοδοχειακής μονάδας τέτοιου μεγέθους δεν είναι δυνατή χωρίς την παραμικρή επίδραση στο περιβάλλον. Κατά την διάρκεια της κατασκευής θα υπάρξει μια ρύπανση μικρής κλίμακας σε ό,τι αφορά τον αέρα λόγω των μηχανών που θα χρησιμοποιηθούν, το χώμα λόγω των καυσίμων και των λιπαντικών και ηχορύπανση λίγο πιο μεγάλης κλίμακας. Αλλά τα παραπάνω αποτελούν ήπιες και προσωρινές συνέπειες που πολύ γρήγορα θα εξαλειφθούν.

Από την άλλη, η μονάδα θα είναι πλήρως εξοπλισμένη ώστε να έχει τον χαμηλότερο δυνατό περιβαλλοντικό αντίκτυπο· η δομή του ξενοδοχείου είναι σχεδιασμένη ώστε να μην διαταράσσει το μοτίβο της γης καθώς δεν θα λάβουν χώρα ισοπεδώσεις και βαθιές εκσκαφές, αλλά θα διατηρηθεί η επικλινή φύση του οικοπέδου. Θα γίνει η καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση του φυσικού φωτός και αερισμού με τον βιοκλιματικό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό που θα ακολουθηθεί ώστε να εξοικονομηθεί ενέργεια, ενώ η άριστη μόνωση θα συνεισφέρει περαιτέρω σε αυτό. Θα γίνει τοποθέτηση ηλιακών θερμοσίφωνων και φωτοβολταϊκών που θα συνεισφέρουν ζεστό νερό και εν γένει ρεύμα με την προοπτική να καλύπτεται ολοένα και μεγαλύτερο ποσοστό των αναγκών της μονάδας σε ρεύμα μέσα στα επόμενα χρόνια. Η εξοικονόμηση θα ενταθεί και από την πολιτική του ξενοδοχείου να μην παρέχει φρέσκα λινά καθημερινά εάν αυτό δεν έχει ζητηθεί από τον πελάτη.

Η μονάδα θα εφαρμόζει πολιτική ανακύκλωσης με ειδικούς κάδους και για εσωτερική χρήση από το προσωπικό αλλά και στους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου. Η πολιτική ανακύκλωσης θα εφαρμοστεί και στα περισσευούμενα τρόφιμα και προϊόντα της μονάδας που υπό άλλες συνθήκες θα κατέληγαν στα απόβλητα και τα οποία θα παρέχονται στο προσωπικό και σε ιδρύματα της περιοχής. Η χρήση του πλαστικού θα περιοριστεί στο ελάχιστο δυνατό.

Πληθώρα φυτών, λουλουδιών και δέντρων θα φυτευτεί στον περιβάλλοντα χώρο αποκαθιστώντας τυχόν βλάστηση που θα κοπεί. Επιπλέον, η καθαριότητα του συγκροτήματος και η συντήρηση του κήπου θα γίνονται με ήπια καθαριστικά και υλικά, προς συμφέρον και των επισκεπτών και του περιβάλλοντος. Το σύστημα κομποστοποίησης θα συνεισφέρει λίπασμα για τους κήπους της μονάδας, ανακυκλώνοντας τα φυτικά απόβλητα

του ξενοδοχείου και το πόσιμο νερό που χρησιμοποιείται στις εγκαταστάσεις θα επαναχρησιμοποιείται εξίσου στον κήπο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1. Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρείται ο καθορισμός του προγραμματισμού και ο υπολογισμός εκτέλεσης του προγράμματος, καλύπτοντας το χρονικό διάστημα από την στιγμή απόφασης υλοποίησης της επένδυσης έως την έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας.

Η φάση εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει την υλοποίηση όλων των αναγκαίων εργασιών, εντός και εκτός της ξενοδοχειακής μονάδας, από την μελέτη σκοπιμότητας έως την έναρξη της λειτουργίας. Περιλαμβάνει στάδια όπως εκείνο της διαπραγμάτευσης, της υπογραφής του συμβολαίου, του σχεδιασμού του προγράμματος, την κατασκευή του συγκροτήματος και την έναρξη λειτουργίας αυτού.

Ο προγραμματισμός των παραπάνω σταδίων αποτελεί κομβικό σημείο του επενδυτικού σχεδίου, εστιάζοντας στις χρηματοοικονομικές επιπτώσεις του προγράμματος και εντοπίζοντας πιθανές καθυστερήσεις και οικονομικά εμπόδια. Ακριβής προγραμματισμός εξασφαλίζει την ομαλή εξέλιξη της επένδυσης και την έγκαιρη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας, ενώ ο εντοπισμός προκλήσεων συμβάλλει στην αντιμετώπιση των περιορισμών και των εμποδίων.

9.2. Ομάδα Προγραμματισμού Εκτέλεσης Έργου

Για την ομαλή και εύρυθμη εκτέλεση του έργου, κρίνεται αναγκαία η σύσταση μιας επιτελικής ομάδας ατόμων, υπεύθυνης για την παρακολούθηση της πορείας των εργασιών. Η παραπάνω ομάδα θα έχει ως επικεφαλής τους ιδρυτές Ορφέας Δουκάκης και Κώστα Μάνου, οι οποίοι θα έχουν πλήρη εξουσιοδότηση επί των αποφάσεων που αφορούν το έργο. Φυσικά, η κατασκευαστική εταιρεία θα αναλάβει την ευθύνη για την άρτια και έγκαιρη διεκπεραίωση των κατασκευαστικών εργασιών και η Συμβουλευτική εταιρεία ΕΛΛ Α.Ε. που επιμελείται της παρούσας μελέτης σκοπιμότητας θα αναλάβει την ευθύνη της ορθής εκτέλεσης του έργου σε ό,τι αφορά το οικονομικό σκέλος.

9.3. Στάδια Εκτέλεσης του Έργου & Χρονοδιάγραμμα Εργασιών

Κατά τη διάρκεια της φάσης εκτέλεσης της υπό μελέτη μονάδας, προβλέπεται να υλοποιηθούν συνδεδεμένες επενδυτικές δραστηριότητες με διάφορες οικονομικές επιπτώσεις. Για την εκτίμηση αυτών των επιπτώσεων, απαιτείται η δημιουργία ενός σαφούς και ρεαλιστικού χρονοδιαγράμματος εκτελέσεως, το οποίο θα χρησιμεύσει ως βάση για την παρακολούθηση και τον έλεγχο της υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου.

Είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη οι ιδιαίτερες συνθήκες και να προβλεφθούν πιθανά εμπόδια που μπορεί να παρουσιαστούν, ώστε να αποφευχθούν επιπρόσθετες και πιθανώς δυσβάσταχτες οικονομικές επιβαρύνσεις. Συνεπώς, μετά την επιλογή του κατάλληλου οικοπέδου, τίθεται σε εφαρμογή ο χρονικός προγραμματισμός του έργου, που θα ξεκινήσει τον Ιανουάριο του 2025 και θα ολοκληρωθεί τον Μάρτιο του 2026, με την έναρξη της λειτουργίας να γίνεται τον Απρίλιο. Για την απεικόνιση των σταδίων εκτέλεσης θα γίνει χρήση διαγράμματος τύπου GANTT. Τα βήματα που θα λάβουν χώρα κατά την εκτέλεση του έργου είναι τα εξής:

A. Ίδρυση της Εταιρείας (1 μήνας)

Όλες οι ενέργειες προς την σύσταση της επιχείρησης και του καταστατικού λειτουργίας αυτής.

B. Αγορά Οικοπέδου – Χώρου Εγκατάστασης (2 μήνες)

Όλες οι νομικές ενέργειες για την διευθέτηση και την κατακύρωση της εξαγοράς του επιλεγμένου οικοπέδου.

Γ. Αδειοδότηση (2 μήνες)

Όλες οι γραφειοκρατικές ενέργειες που απαιτούνται για την νόμιμη ανοικοδόμηση και λειτουργία του ξενοδοχειακού συγκροτήματος.

Δ. Ανάπτυξη Αρχιτεκτονικής Μελέτης (4 μήνες)

Τα αρχιτεκτονικά γραφεία που προσληφθούν θα σχεδιάσουν την αισθητική και λειτουργική δομή του ξενοδοχείου ώστε να δημιουργηθεί ένα ελκυστικό αποτέλεσμα.

Ε. Σχεδιασμός Έργων Πολιτικού Μηχανικού (3 μήνες)

Ο πολιτικός μηχανικός θα σχεδιάσει τις κατασκευαστικές πτυχές, επικεντρωμένος στη μηχανική και ασφάλεια των κατασκευών.

ΣΤ. Προγραμματισμός Χρηματοδότησης (2 μήνες)

Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός του επενδυτικού σχεδίου για την εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων.

Ζ. Έργα Υποδομής (1 μήνας)

Τα έργα που θα προηγηθούν της κατασκευής των ξενοδοχειακών υποδομών για την κατάλληλη προετοιμασία του εδάφους.

Η. Κατασκευές (7 μήνες)

Αποτελεί το πιο καίριο και χρονοβόρο στάδιο του έργου κατά την διάρκεια του οποίου κατασκευάζονται όλες οι ξενοδοχειακές υποδομές.

Θ. Προμήθεια και Έλεγχος Εξοπλισμού (2 μήνες)

Έρευνα αγοράς προς υποβολή προσφορών σε ελληνικές και ιδανικά τοπικές εταιρίες για τον μηχανολογικό/τεχνολογικό εξοπλισμό της μονάδας, επιλογή των βέλτιστων προσφορών με άξονα το κόστος αλλά κυρίως την ποιότητα και τέλος παραλαβή και δοκιμή του εξοπλισμού.

Ι. Διαμόρφωση-Διακόσμηση Εξωτερικών και Εσωτερικών Χώρων (4 μήνες)

Όλες οι ενέργειες διαμόρφωσης του περιβάλλοντα χώρου της μονάδας, όπως η κατασκευή του χώρου στάθμευσης, του κήπου και το λοιπού χώρου περί των κτιρίων αλλά και η βαφή των οικοδομημάτων, τοποθέτηση των επίπλων και των διακοσμητικών των δωματίων.

Κ. Στρατολόγηση Στελεχών Διοίκησης (3 μήνες)

Στο σημείο αυτό οι ιδρυτές της επιχείρησης σε συνδυασμό με την συμβουλευτική ΕΛΛ Α.Ε. θα στρατολογήσουν τα επιτελικά στελέχη της μονάδας.

Λ. Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Γραμμικών Στελεχών (3 μήνες)

Η συμβουλευτική ΕΛΛ Α.Ε. σε συνδυασμό με τα στελέχη του τμήματος ανθρώπινου δυναμικού θα προσλάβουν και θα εκπαιδεύσουν το λοιπό προσωπικό της επιχείρησης.

Μ. Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων (1 μήνας)

Προμήθεια και παραλαβή των προαπαιτούμενων πρώτων υλών και αναλώσιμων για την ορθή λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας.

Ν. Μάρκετινγκ πριν την Έναρξη (6 μήνες)

Για την εξασφάλιση των ποσοστών πληρότητας από την αρχή της λειτουργίας κομβική κρίνεται η έναρξη των δράσεων μάρκετινγκ και επικοινωνίας πριν την έναρξη λειτουργίας της μονάδας.

Ξ. Επιθεώρηση, Συντονισμός και Έλεγχος (1 μήνας)

Εδώ θα λάβει χώρα η γνωριμία των στελεχών με τους υπαλλήλους, η εξοικείωση του προσωπικού με το φυσικό χώρο της επιχείρησης αλλά και η ανάληψη των επιμέρους καθηκόντων.

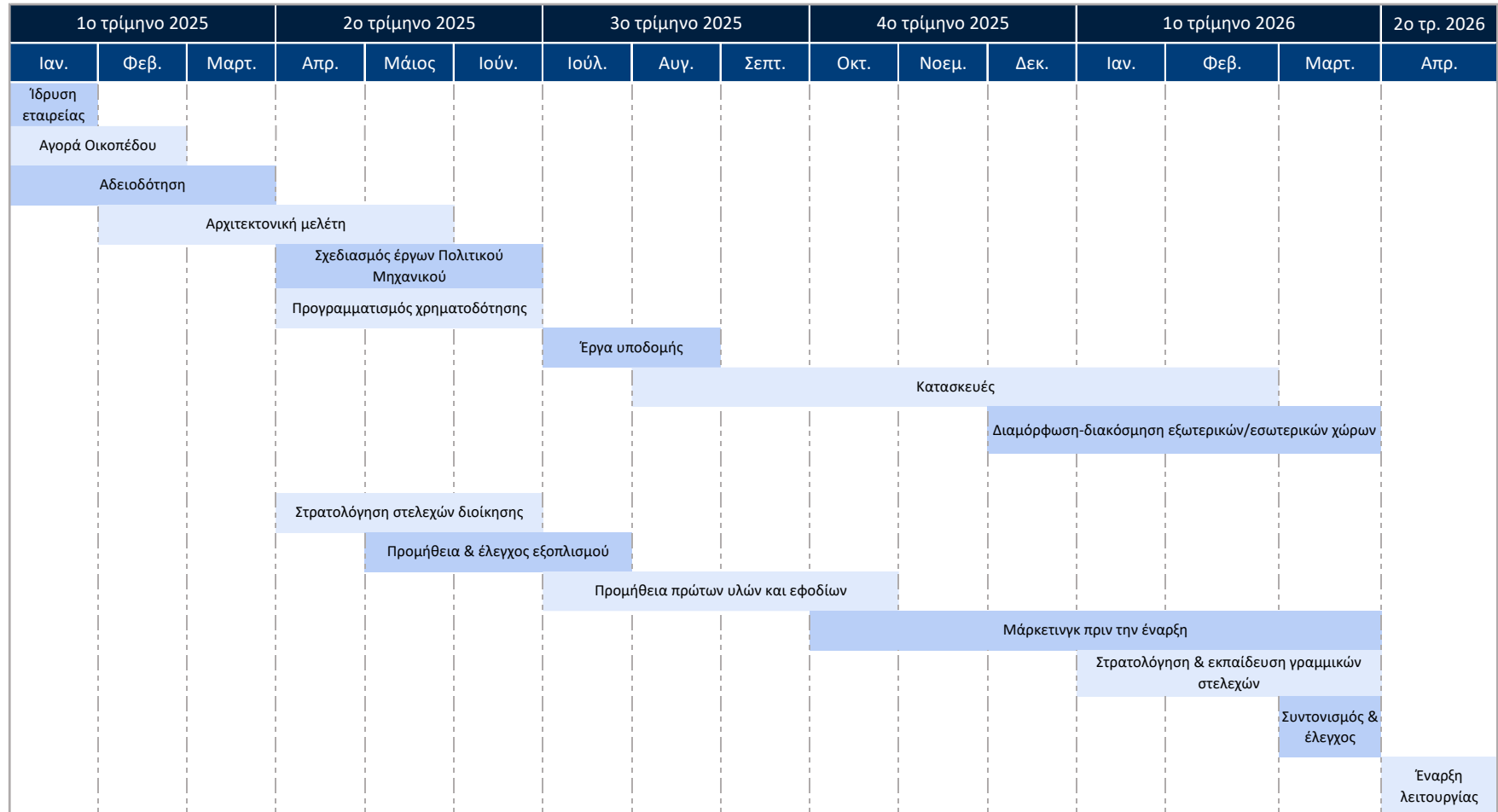
Η διάρκεια των επιμέρους σταδίων αναγράφεται πιο συγκεντρωτικά στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 60: Δραστηριότητες Εκτέλεσης Έργου

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΧΡΟΝΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ (ΜΗΝΕΣ)
Ίδρυση Εταιρείας	1
Αδειοδοτήσεις	2
Προγραμματισμός Χρηματοδότησης	2
Αγορά Οικοπέδου	2
Ανάπτυξη Αρχιτεκτονικής Μελέτης	4
Σχεδιασμός Έργων Πολιτικού Μηχανικού	3
Προμήθεια & Έλεγχος Εξοπλισμού	2
Έργα Υποδομής	1
Κατασκευές	7
Διαμόρφωση/διακόσμηση εξωτερικών και εσωτερικών χώρων	2
Στρατολόγηση Στελεχών Διοίκησης	4
Στρατολόγηση & Εκπαίδευση Γραμμικών Στελεχών	3
Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων	1
Μάρκετινγκ πριν την Έναρξη	6
Επιθεώρηση, Συντονισμός και Έλεγχος	1

Τέλος, με την βοήθεια του διαγράμματος GANTT, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο απαιτούμενος χρόνος μέχρι την έναρξη λειτουργίας του ξενοδοχείου είναι 16 μήνες. Σχηματίζεται επίσης μια εικόνα για το ποιες εργασίες μπορούν να καθυστερήσουν χωρίς να επηρεάσουν το χρονοδιάγραμμα και ποιες είναι απαραίτητο να τηρηθούν εντός πλαισίων.

Διάγραμμα 11: Χρονοδιάγραμμα GANTT



9.4. Εκτίμηση του Κόστους Εκτέλεσης

Στον παρακάτω πίνακα θα παρουσιαστούν τα έξοδα που απαιτούνται για την εκτέλεση του προγράμματος, πριν την έναρξη λειτουργίας της μονάδας. Περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες που αναλύθηκαν παραπάνω. Οι δαπάνες Μάρκετινγκ υπολογίζονται με βάση το κόστος Μάρκετινγκ του πρώτου έτους λειτουργίας αναπροσαρμοζόμενο στους 6 μήνες, με την προσθήκη της μισθοδοσίας του τμήματος Μάρκετινγκ για τους παραπάνω μήνες. Επιπλέον, τα έξοδα επιθεώρησης περιλαμβάνουν έναν μήνα λειτουργίας με όλο το προσωπικό και άρα υπολογίζονται με βάση τα μικτά έξοδα μισθοδοσίας για αυτό τον μήνα.

Πίνακας 61: Κόστος Εκτέλεσης Προγράμματος

ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ (ΣΕ €)
Ίδρυση Εταιρείας	1.000
Αδειοδοτήσεις	2.000
Παραλαβή και Έλεγχος Εξοπλισμού	4.000
Στρατολόγηση Στελεχών Διοίκησης & Γραμμικών Στελεχών	20.000
Πρόγραμμα Εκπαίδευσης	2.000
Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων	5.000
Μάρκετινγκ πριν την Έναρξη	1.781.387
Επιθεώρηση, Συντονισμός και Έλεγχος	59.800
ΣΥΝΟΛΟ	1.875.187

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας αποτελεί κρίσιμο εργαλείο για τη λήψη αποφάσεων από τον επενδυτή και τους υποστηρικτές του. Με βάση τη χρηματοοικονομική ανάλυση, εξάγονται συμπεράσματα για τις απαιτούμενες εισροές, τις εκροές και τα καθαρά κέρδη του έργου. Σε ιδανικές συνθήκες, μια επένδυση προϋποθέτει βραχυπρόθεσμο κόστος και μακροπρόθεσμο κέρδη, υπερβαίνοντας το ευκαιριακό κόστος των κεφαλαίων.

Συνεπώς, στην παρούσα μελέτη σκοπιμότητας διεξάγεται προσεκτική ανάλυση για να εξακριβωθεί αν το υπό εξέταση επενδυτικό σχέδιο αποτελεί τη βέλτιστη λύση στο σύγχρονο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο, επιφέροντας κέρδη στους επενδυτές.

10.1. Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Το συνολικό κόστος επένδυσης είναι το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης κατά την διάρκεια του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης. Το πάγιο ενεργητικό περιλαμβάνει το κόστος ιδρύσεως (προεπενδυτικές μελέτες και δαπάνες εκτέλεσης του έργου), το κόστος εξοπλισμού της μονάδας, και τα απρόβλεπτα έξοδα. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης αποτελεί όλους τους απαραίτητους πόρους για την λειτουργία της μονάδας. Στο παρόν κεφάλαιο θα υπολογιστούν όλα τα παραπάνω, ώστε να τεθούν τα θεμέλια της χρηματοοικονομικής ανάλυσης που θα ακολουθήσει.

10.1.1. Πάγιο Ενεργητικό

Το αρχικό πάγιο ενεργητικό της επένδυσης περιλαμβάνει τις αρχικές κεφαλαιακές επενδύσεις και άλλες αρχικές δαπάνες που αφορούν την κατασκευή και εξοπλισμό των εγκαταστάσεων.

Το πάγιο ενεργητικό της εξεταζόμενης μονάδας αναλύεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 62: Πάγιο Ενεργητικό

Πάγιο Ενεργητικό	
Πάγιες Επενδύσεις	
Κόστος οικοπέδου	7.500.000 €
Κατασκευή & Εξοπλισμός	32.687.769 €
Άυλα πάγια	60.000 €
Προπαραγωγικές Δαπάνες	
Κόστος ιδρύσεως (προεπενδυτικές μελέτες και δαπάνες εκτέλεσης του έργου)	188.000 €
Έξοδα εκτελέσεως προγράμματος	1.875.187 €
Σύνολο	42.310.956 €

10.1.2. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Το Κεφάλαιο Κίνησης αποτελεί έναν κρίσιμο δείκτη για την διευκόλυνση της διαχείρισης της ρευστότητας και της χρηματοοικονομικής ισορροπίας μιας επιχείρησης. Αποτελείται από το κυκλοφορούν ενεργητικό, που περιλαμβάνει τα αποθέματα, τα εισπρακτέα λογαριασμού πελατών, και τα μετρητά, ενώ αφαιρείται το τρέχον παθητικό, που αντιπροσωπεύει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης.

Υπάρχουν ορισμένα βήματα πρέπει να ακολουθηθούν για τον υπολογισμό του καθαρού κεφαλαίου κίνησης. Το πρώτο βήμα είναι ο καθορισμός της ελάχιστης κάλυψης ημερών (X) για όλα τα στοιχεία κόστους του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού. Έπειτα, πρέπει να καθοριστεί ο συντελεστής του κύκλου εργασιών (Y) για κάθε στοιχείο κόστους στην βάση των 291 ημερών λειτουργίας. Ως τελικό βήμα, τα συγκεκριμένα δεδομένα κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B=A/Y$).

Να τονιστεί πως για τον υπολογισμό των αποσβέσεων χρησιμοποιείται η γραμμική μέθοδος, όπου το αποσβεστέο κόστος (ίσο με το αρχικό κόστος κτήσεως) διαιρείται με τον αριθμό των ετών ωφέλιμης ζωής των παγίων, δηλαδή 20 έτη. Το ποσό που προκύπτει από το παραπάνω συνοψίζει την ετήσια απόσβεση.

Στους παρακάτω πίνακες υπολογίζεται το καθαρό κεφάλαιο κίνησης και στην συνέχεια το ετήσιο κόστος λειτουργίας.

Πίνακας 63: Ελάχιστες Απαιτήσεις Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού

Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	
30 ημέρες στο ετήσιο κόστος παροχής υπηρεσιών μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους)	
Αποθέματα	
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	20 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Γραφική Ύλη	40 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Στολές Προσωπικού	120 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Μετρητά στο Ταμείο	10 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις πρώτες ύλες, τις αποσβέσεις και τους τόκους
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	30 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Πίνακας 64: Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας

	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				
	2026	2027	2028	2029	2030
Λειτουργικά έξοδα	11.077.428 €	11.373.553 €	11.418.304 €	11.633.621 €	12.086.434 €
Γενικά Έξοδα	1.077.665 €	1.061.867 €	1.101.124 €	1.140.207 €	1.180.264 €
Έξοδα Μάρκετινγκ	2.265.227 €	1.976.367 €	1.401.760 €	992.114 €	788.429 €
Χρηματοοικονομικά Έξοδα (τόκοι)	1.471.635 €	1.471.653 €	1.471.653 €	1.471.653 €	1.471.653 €
Αποσβέσεις	2.012.388 €	2.012.388 €	2.012.388 €	2.012.388 €	2.012.388 €
ΣΥΝΟΛΟ	17.904.343 €	17.895.829 €	17.405.229 €	17.249.982 €	17.539.168 €

Έχοντας υπολογίσει τις ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, προκύπτει το συνολικό κεφάλαιο κίνησης όλων των ετών λειτουργίας, όπως αναλύεται παρακάτω.

Πίνακας 65: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 1^{ου} Έτους

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (2026) (€)	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ (2026) (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				2.101.312 €
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	14.420.320 €	30	9,7	1.486.631 €
Αποθέματα				249.954 €
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	1.644.695 €	20	14,5	113.427 €
Γραφική Ύλη	35.000 €	40	7,8	4.487 €
Στολές Προσωπικού	8.000 €	120	2,4	3.333 €
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	411.859 €	90	3,2	128.706 €
Μετρητά στο Ταμείο	10.613.558 €	10	29,1	364.727 €
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				392.450 €
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	3.806.762 €	30	9,7	392.450 €
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I - II)
				1.708.862 €
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				16.432.708 €
(Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια)				3.806.762 €
Αποσβέσεις και τόκοι				2.012.388 €
				10.613.558 €
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				364.727 €

Πίνακας 66: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 2^{ου} Έτους

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (2027) (€)	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΔΕΥΤΕΡΟΥ ΕΤΟΥΣ (2027) (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				2.113.422 €
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	14.411.788 €	30	9,7	1.485.751 €
Αποθέματα				277.409 €
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	1.913.274 €	20	14,5	131.950 €
Γραφική Ύλη	36.750 €	40	7,8	4.712 €
Στολές Προσωπικού	8.400 €	120	2,4	3.500 €
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	439.193 €	90	3,2	137.248 €
Μετρητά στο Ταμείο	10.192.598 €	10	29,1	350.261 €
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				392.450 €
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	4.219.189 €	30	9,7	434.968 €
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I - II)
				1.720.972 €
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				16.424.176 €
(Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια)				4.219.189 €
Αποσβέσεις και τόκοι				2.012.388 €
				10.192.598 €
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				350.261 €

Πίνακας 67: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 3^{ου} Έτους

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (2028) (€)	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΡΙΤΟΥ ΕΤΟΥΣ (2028) (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				2.042.153 €
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	13.921.188 €	30	9,7	1.435.174 €
Αποθέματα				288.775 €
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	2.207.596 €	20	14,5	152.248 €
Γραφική Ύλη	35.000 €	40	7,8	4.487 €
Στολές Προσωπικού	8.000 €	120	2,4	3.333 €
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	411.859 €	90	3,2	128.706 €
Μετρητά στο Ταμείο	9.259.758 €	10	29,1	318.205 €
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				392.450 €
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	4.661.430 €	30	9,7	480.560 €
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I - II)
				1.649.704 €
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				15.078.908 €
(Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια)				3.806.762 €
Αποσβέσεις και τόκοι				2.012.388 €
				9.259.758 €
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				318.205 €

Πίνακας 68: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 4^{ου} Έτους

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (2029) (€)	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΕΤΑΡΤΟΥ ΕΤΟΥΣ (2029) (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				2.026.151 €
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	13.765.941 €	30	9,7	1.419.169 €
Αποθέματα				309.543 €
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	2.508.742 €	20	14,5	173.017 €
Γραφική Ύλη	35.000 €	40	7,8	4.487 €
Στολές Προσωπικού	8.000 €	120	2,4	3.333 €
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	411.859 €	90	3,2	128.706 €
Μετρητά στο Ταμείο	8.655.468 €	10	29,1	297.439 €
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				392.450 €
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	5.110.473 €	30	9,7	526.853 €
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I - II)
				1.633.702 €
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				14.474.618 €
(Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια)				3.806.762 €
Αποσβέσεις και τόκοι				2.012.388 €
				8.655.468 €
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				297.439 €

Πίνακας 69: Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης 5^{ου} Έτους

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (2030) (€)	ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΕΜΠΤΟΥ ΕΤΟΥΣ (2030) (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				2.071.923 €
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	14.055.127 €	30	9,7	1.448.982 €
Αποθέματα				331.936 €
Πρώτες Ύλες Επισιτισμού	2.833.442 €	20	14,5	195.410 €
Γραφική Ύλη	35.000 €	40	7,8	4.487 €
Στολές Προσωπικού	8.000 €	120	2,4	3.333 €
Πρώτες Ύλες Καθαριότητας & Συντήρησης	411.859 €	90	3,2	128.706 €
Μετρητά στο Ταμείο	8.468.231 €	10	29,1	291.005 €
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				392.450 €
Λογαριασμοί Πληρωτέοι	5.586.896 €	30	9,7	575.969 €
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I - II)
				1.679.473 €
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				14.287.381 €
(Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια)				3.806.762 €
Αποσβέσεις και τόκοι				2.012.388 €
				8.468.231 €
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				291.005 €

10.1.3. Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Έχοντας υπολογίσει το πάγιο ενεργητικό και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης, μπορούμε να προβούμε στον υπολογισμό του συνολικού κόστους επένδυσης.

Πίνακας 70: Συνολικό Κόστος Επένδυσης

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ		
Περιγραφή	Κόστος (€)	Ποσοστό (%)
Πάγιο Ενεργητικό	42.310.956 €	96,12%
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	1.708.862 €	3,88%
Σύνολο	44.019.819 €	100,00%

Επομένως, προκύπτει πως το σύνολο του κόστους του επενδυτικού προγράμματος αγγίζει τα 44.019.819€.

10.2. Χρηματοδότηση Επενδυτικού Σχεδίου

Για την κάλυψη του συνολικού κόστους επένδυσης που υπολογίστηκε παραπάνω, υπάρχουν διάφορες πηγές χρηματοδότησης. Το μεγαλύτερο μέρος του ποσού θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια των επενδυτών, και το υπόλοιπο μέρος του ποσού θα χρηματοδοτηθεί από κρατικές επιδοτήσεις και τραπεζικό δάνειο. Πιο συγκεκριμένα, οι επενδυτές θα καλύψουν το 42,3% του κόστους, δηλαδή 18.619.819€. Η κρατική επιδότηση που θα συγχρηματοδοτήσει θα βασιστεί στον αναπτυξιακό νόμο 4887/2022, σύμφωνα με τον οποίο τα νεοσύστατα ξενοδοχεία 5 αστέρων στην Περιφέρεια Μεσσηνίας επιδοτούνται έως και κατά 60%. Λόγω του υψηλού κόστους του ξενοδοχείου, η χρηματοδότηση δεν μπορεί να καλύψει το 60% του έργου, πάρα ταύτα, το ποσό των 5.000.000€ (το 11,4% του συνολικού κόστους), που αποτελεί το μέγιστο όριο ενίσχυσης, θα καταβληθεί στην επιχείρηση. Επίσης, επιδότηση προγραμματίζεται να ληφθεί και από το ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης) της ΕΕ. Το εν λόγω πρόγραμμα (ΕΣΠΑ 2021-2027: Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων) αφορά την ενίσχυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων άνω των 4 αστέρων και το μέγιστο ποσό ενίσχυσης που δύναται να καταβληθεί ανέρχεται στα 400.000€, δηλαδή το 0,9% του κόστους. Τέλος, το 45,4% του κόστους του έργου θα χρηματοδοτηθεί μέσω τραπεζικού δανεισμού ύψους 20.000.000€. Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζεται συγκεντρωτικά το χρηματοδοτικό σχήμα επένδυσης.

Πίνακας 71: Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης

Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης		
Ίδια Συμμετοχή	18.619.819 €	42,3%
Κρατική Επιχορήγηση	5.000.000 €	11,4%
Ευρωπαϊκή Επιχορήγηση	400.000 €	0,9%
Τραπεζικός Δανεισμός	20.000.000 €	45,4%
Σύνολο	44.019.819 €	100%

Το δάνειο θα ληφθεί από την επιχείρηση με σταθερό ετήσιο επιτόκιο 4% και πρόκειται να αποπληρωθεί εντός 20 ετών. Η επιχείρηση θα λάβει μια «περίοδο χάριτος» ενός έτους, συνεπώς η αποπληρωμή του δανείου θα ξεκινήσει το 2026. Η εξόφληση του δανείου θα γίνεται μια φορά τον χρόνο με δόση ύψους 1.471.635€. Ο υπολογισμός της ετήσιας δόσης του δανείου γίνεται βάσει του παρακάτω τύπου ανατοκισμού:

$$A = P (A / P, i\%, N)$$

Όπου:

A = ετήσια δόση πληρωμής

P = παρούσα αξία δανείου = 20.000.000

i = επιτόκιο δανεισμού = 4%

N = αριθμός περιόδων τοκισμού = 20 έτη

$$(A/P, i\%, N) = \text{συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου} = (i * (1+i)^N) / ((1+i)^N - 1)$$

Να τονιστεί επίσης ότι κατά την διάρκεια της περιόδου χάριτος δεν προβλέπεται η κεφαλαιοποίηση των τόκων του δανείου και το προβλεπόμενο ποσό πληρωμής τόκων κατά την ίδια περίοδο θα είναι 0€. Ο συνολικός τρόπος αποπληρωμής και οι λεπτομέρειες του δανείου παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 72: Δάνειο Ανέγερσης και Τοκοχρεολυτικές Υποχρεώσεις

Μ/Μ Δάνειο Ανέγερσης					
ΥΨΟΣ ΔΑΝΕΙΟΥ		20.000.000 €			
ΕΠΙΤΟΚΙΟ		4,0%			
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΔΑΝΕΙΟΥ		20		ΕΤΗ	
ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ (αριθμός δόσεων ανά έτος)		1			
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ		1		ΕΤΟΣ	
ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΠΟΣΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΚΩΝ ΠΕΡ. ΧΑΡΙΤΟΣ		0			
ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΠΟΣΟ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΟΚΩΝ ΠΕΡ. ΧΑΡΙΤΟΣ		0			
	Α/Α ΔΟΣΗΣ	ΤΟΚΟΣ	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ	ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΟ	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ
	ΕΚΤΑΜΙΕΥΣΗ				
2025	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	Περίοδος Χάρτιος			20.000.000
2026	1η δόση	800.000	1.471.635	671.635	19.328.365
2027	2η δόση	773.135	1.471.635	698.500	18.629.865
2028	3η δόση	745.195	1.471.635	726.440	17.903.424
2029	4η δόση	716.137	1.471.635	755.498	17.147.926
2030	5η δόση	685.917	1.471.635	785.718	16.362.208
2031	6η δόση	654.488	1.471.635	817.147	15.545.061
2032	7η δόση	621.802	1.471.635	849.833	14.695.229
2033	8η δόση	587.809	1.471.635	883.826	13.811.403
2034	9η δόση	552.456	1.471.635	919.179	12.892.224
2035	10η δόση	515.689	1.471.635	955.946	11.936.278
2036	11η δόση	477.451	1.471.635	994.184	10.942.094
2037	12η δόση	437.684	1.471.635	1.033.951	9.908.143
2038	13η δόση	396.326	1.471.635	1.075.309	8.832.834
2039	14η δόση	353.313	1.471.635	1.118.322	7.714.512
2040	15η δόση	308.580	1.471.635	1.163.055	6.551.458
2041	16η δόση	262.058	1.471.635	1.209.577	5.341.881
2042	17η δόση	213.675	1.471.635	1.257.960	4.083.921
2043	18η δόση	163.357	1.471.635	1.308.278	2.775.643
2044	19η δόση	111.026	1.471.635	1.360.609	1.415.034
2045	20η δόση	56.601	1.471.635	1.415.034	0

10.3. Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Η Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων θα αποτελέσει το βασικότερο εργαλείο αξιολόγησης της παρούσας επένδυσης, καθότι η τελική απόφαση για την υλοποίηση ή μη της επένδυσης θα ληφθεί βάσει αυτής. Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστεί η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης, η Κατάσταση Ταμειακών Ροών αλλά και ο Ισολογισμός.

10.3.1. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης είναι μια λογιστική κατάσταση που παρουσιάζει τα οικονομικά αποτελέσματα μιας επιχείρησης για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Συνοψίζει τα έσοδα, τα έξοδα και το καθαρό κέρδος ή ζημία της επιχείρησης κατά τη

διάρκεια αυτής της περιόδου. Ο σκοπός της είναι να παρέχει πληροφορίες σχετικά με την οικονομική επίδοση της επιχείρησης και να διευκολύνει την ανάλυση και τη λήψη αποφάσεων από επενδυτές, δανειστές, διοίκηση και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως όπως προβλέπονται για την υπό ίδρυση ξενοδοχειακή μονάδα από το πρώτο έως το πέμπτο έτος λειτουργίας παρουσιάζονται παρακάτω.

Πίνακας 73: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης 1^ο έως 5^ο Έτος Λειτουργίας

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ					
	2026	2027	2028	2029	2030
Έσοδα από Διανυκτερεύσεις	20.592.974 €	21.959.635 €	23.362.662 €	24.802.839 €	26.280.964 €
Λοιπά Έσοδα	13.351.183 €	14.261.827 €	15.200.296 €	16.083.569 €	16.987.304 €
Σύνολο Κύκλου Εργασιών	33.944.157 €	36.221.461 €	38.562.958 €	40.886.407 €	43.268.268 €
Κόστος Λειτουργίας	17.904.343 €	17.895.829 €	17.405.229 €	17.249.982 €	17.539.168 €
Μικτό Κέρδος	16.039.814 €	18.325.633 €	21.157.729 €	23.636.425 €	25.729.100 €
Φόροι Εισοδήματος (22%)	3.528.759 €	4.031.639 €	4.654.700 €	5.200.013 €	5.660.402 €
Καθαρό Κέρδος	12.511.055 €	14.293.994 €	16.503.029 €	18.436.411 €	20.068.698 €

10.3.2. Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Ο Πίνακας Χρηματικών Ροών αποτελεί έναν σημαντικό οικονομικό πίνακα που παρέχει πληροφορίες για τις χρηματικές ροές μιας επιχείρησης και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζονται από διάφορες δραστηριότητες. Ο σκοπός του είναι να παρουσιάσει την πορεία των διαθέσιμων ταμειακών ροών και να εξηγήσει τις αιτίες που οδηγούν σε αλλαγές σε αυτές. Επιπλέον, παρέχει πληροφορίες για τον τρόπο δημιουργίας των αδέσμευτων ταμειακών ροών και δίνει τη δυνατότητα για πρόβλεψη και προγραμματισμό των μελλοντικών ροών κεφαλαίου της επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο, εξυπηρετεί το σκοπό της σωστής οικονομικής διαχείρισης και της αποτελεσματικής διαχείρισης των πόρων. Παρακάτω παρουσιάζεται ο Πίνακας Χρηματικών Ροών από το πρώτο έως το πέμπτο έτος λειτουργίας.

Πίνακας 74: Πίνακας Χρηματικών Ροών 1^ο έως 5^ο Έτος Λειτουργίας

ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ						
	Κατασκευαστική Περίοδος					
	2025	2026	2027	2028	2029	2030
A. Χρηματικές Εισροές	44.019.819 €	33.944.157 €	36.221.461 €	38.562.958 €	40.886.407 €	43.268.268 €
Σύνολο χρηματικών πόρων (κεφάλαια χρηματοδότησης)	44.019.819 €					
Έσοδα από Πωλήσεις		33.944.157 €	36.221.461 €	38.562.958 €	40.886.407 €	43.268.268 €
B. Χρηματικές Εκροές	42.310.956 €	22.904.737 €	23.399.103 €	23.531.564 €	23.921.631 €	24.671.205 €
Σύνολο Πάγιο Ενεργητικού	42.310.956 €					
Κόστος Λειτουργίας		17.904.343 €	17.895.829 €	17.405.229 €	17.249.982 €	17.539.168 €
Φόρος Εισοδήματος		3.528.759 €	4.031.639 €	4.654.700 €	5.200.013 €	5.660.402 €
Τοκοχρεολύσια	Περίοδος Χάριτος	1.471.635 €	1.471.635 €	1.471.635 €	1.471.635 €	1.471.635 €
Γ. Πλεόνασμα (Α-Β)	1.708.862 €	11.039.420 €	12.822.359 €	15.031.394 €	16.964.776 €	18.597.063 €
Δ. Συσσωρευμένο Ταμειακό Υπόλοιπο	1.708.862 €	12.748.282 €	25.570.641 €	40.602.034 €	57.566.811 €	76.163.873 €

10.3.3. Ισολογισμός

Ο ισολογισμός, ή η «δήλωση οικονομικής κατάστασης» απεικονίζει την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης σε μια δεδομένη χρονική στιγμή, διαχωρίζοντας τα οικονομικά της στοιχεία σε ενεργητικό και παθητικό. Το ενεργητικό περιλαμβάνει τα μέσα δράσης και την περιουσία της επιχείρησης, ενώ το παθητικό τις υποχρεώσεις της έναντι τρίτων αλλά και την καθαρή της θέση. Ο κορμός του ισολογισμού διαμορφώνεται από τον τύπο: Ενεργητικό = Υποχρεώσεις + Ιδία Κεφάλαια. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τους ισολογισμούς της επιχείρησης για τα έτη 2026-2030 όπως αυτοί υπολογίζονται.

Πίνακας 75: Ισολογισμός 1^ο έως 5^ο Έτος Λειτουργίας

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2026	2027	2028	2029	2030
Πάγιο Ενεργητικό					
Προπαραγωγικές δαπάνες	2.063.187	-	-	-	-
Πάγιες επενδύσεις	40.247.769	-	-	-	-
Σύνολο πάγιου ενεργητικού	42.310.956	46.879.629	44.412.281	44.412.281	44.412.281
(Αποσβέσεις)	2.012.388	2.012.388	2.012.388	2.012.388	2.012.388
Σύνολο	40.298.568	44.867.241	42.399.893	42.399.893	42.399.893
Κυκλοφορούν ενεργητικό					
Διαθέσιμα (μετρητά στο ταμείο)	364.727	350.261	318.205	297.439	291.005
Αποθέματα	249.954	277.409	288.775	309.543	331.936
Πελάτες (λογαριασμοί εισπρακτέοι)	1.486.631	1.485.751	1.435.174	1.419.169	1.448.982
Σύνολο	2.101.312	2.113.422	2.042.153	2.026.151	2.071.923
Γενικό Σύνολο	42.399.880	46.980.663	44.442.046	44.426.044	44.471.816
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	2026	2027	2028	2029	2030
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Προμηθευτές (λογαριασμοί πληρωτέοι)	392.450	434.968	480.560	526.853	575.969
Φόροι-τέλη πληρωτέα	3.528.759	4.031.639	4.654.700	5.200.013	5.660.402
Σύνολο	3.921.209	4.466.607	5.135.260	5.726.866	6.236.371
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Τραπεζικά δάνεια	19.328.365	18.629.865	17.903.424	17.147.926	16.362.208
Σύνολο	19.328.365	18.629.865	17.903.424	17.147.926	16.362.208
Σύνολο Παθητικού	23.249.574	23.096.472	23.038.684	22.874.793	22.598.579
Καθαρή Θέση					
Μετοχικό κεφάλαιο (Ιδία Κεφάλαια)	18.619.819	18.619.819	18.619.819	18.619.819	18.619.819
Αποτελέσματα εις νέο	530.488	5.264.372	2.783.544	2.931.433	3.253.419
Σύνολο	19.150.307	23.884.191	21.403.362	21.551.252	21.873.237
Γενικό Σύνολο	42.399.880	46.980.663	44.442.046	44.426.044	44.471.816

10.3.4. Αριθμοδείκτες

Βάσει των αποτελεσμάτων των παραπάνω ισολογισμών, μπορούμε να υπολογίσουμε ορισμένους αριθμοδείκτες οι οποίοι θα συμβάλλουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων για την οικονομική θέση της επιχείρησης.

Πίνακας 76: Αριθμοδείκτες

Δείκτες	Μονάδα Μέτρησης	Τύπος	2026	2027	2028	2029	2030
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ							
Συνολική Αποδοτικότητα	%	(Μικτό κέρδος-Αποσβέσεις-Τόκοι)/Σύνολο ενεργητικού	29,61%	31,59%	39,77%	45,36%	50,02%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ							
Μικτό Περιθώριο Κέρδους	%	(Μικτό κέρδος-Αποσβέσεις-Τόκοι)/Καθαρές πωλήσεις	36,99%	40,97%	45,83%	49,29%	51,41%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ							
Συνολική Κυκλοφοριακή Ταχύτητα	φορές	Καθαρές πωλήσεις/(Σύνολο ενεργητικού)	0,80	0,77	0,87	0,92	0,97
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Παγίου	φορές	Καθαρές πωλήσεις/Πάγιο ενεργητικό	0,84	0,81	0,91	0,96	1,02
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα	φορές	Καθαρές πωλήσεις/Κυκλοφορούν ενεργητικό	16,15	17,14	18,88	20,18	20,88
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	%	Καθαρά Κέρδη/Καθαρή θέση	65,33%	59,85%	77,10%	85,55%	91,75%
ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ							
Τρέχουσα Ρευστότητα	φορές	Κυκλοφορούν ενεργητικό/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	0,54	0,47	0,40	0,35	0,33
Άμεση Ρευστότητα	φορές	(Κυκλοφορούν ενεργητικό-Αποθέματα)/Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	0,47	0,41	0,34	0,30	0,28
ΚΑΛΥΨΗ ΤΟΚΩΝ ΚΑΙ ΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ							
Κάλυψη Τόκων	φορές	(Μικτό κέρδος-αποσβέσεις+Τόκοι)/Τόκοι	10,53	12,09	14,01	15,69	17,12
ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ							
Ξένα προς Ίδια	φορές	(Σύνολο ενεργητικού-καθαρή θέση)/Καθαρή θέση	1,21	0,97	1,08	1,06	1,03
ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ							
Βαθμός Παγιοποίησης Περιουσίας	φορές	Πάγιο/Κυκλοφορούν ενεργητικό	19,18	21,23	20,76	20,93	20,46

Δείκτης Αποδοτικότητας

- Συνολική Αποδοτικότητα:** Αντικατοπτρίζει τη σχέση μεταξύ των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης και των κερδών. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης, τόσο μικρότερη η συμμετοχή των περιουσιακών στοιχείων στα κέρδη.

Δείκτης Περιθωρίου Κέρδους:

- Μικτό Περιθώριο Κέρδους:** Αναφέρεται στην επικερδή λειτουργία της επιχείρησης και την πολιτική τιμολόγησής της. Όσο υψηλότερος είναι ο δείκτης τόσο πιο επικερδής η επιχείρηση.

Δείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας

- Συνολική Κυκλοφοριακή Ταχύτητα:** Αντικατοπτρίζει τον βαθμό χρησιμοποίησης του ενεργητικού αναφορικά με τις πωλήσεις, δηλαδή τον αριθμό των κύκλων του

κεφαλαίου μέσα σε ένα έτος. Ένας υψηλός ρυθμός κυκλοφορίας υποδεικνύει αποτελεσματική χρήση του ενεργητικού και γρήγορη επιστροφή των επενδύσεων.

4. **Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Παγίου:** Δείχνει τον βαθμό στον οποίο χρησιμοποιούνται τα πάγια περιουσιακά στοιχεία για την υλοποίηση των πωλήσεων. Ο δείκτης αυτός πρέπει να διατηρείται χαμηλός.
5. **Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κυκλοφορούντος:** Απεικονίζει τον βαθμό χρήσης του κυκλοφορούντος ενεργητικού αναφορικά με τις πωλήσεις. Ο δείκτης πρέπει να είναι υψηλότερος της κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίου.
6. **Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων:** Εκφράζει την κερδοφορία της επιχείρησης και τον βαθμό επίτευξης των στόχων.

Δείκτες Ρευστότητας

7. **Τρέχουσα Ρευστότητα:** Εκφράζει τη ρευστότητα και το περιθώριο ασφάλειας της επιχείρησης. Ιδανικά ο δείκτης πρέπει να είναι μεγαλύτερος της μονάδας.
8. **Άμεση Ρευστότητα:** Εξετάζει την ικανοποίηση των καθημερινών υποχρεώσεων. Ιδανικά ο δείκτης πρέπει να είναι μεγαλύτερος της μονάδας.

Δείκτης Κάλυψης Τόκων και Μερισμάτων

9. **Κάλυψη Τόκων:** Αναδεικνύει το περιθώριο ασφάλειας στην κάλυψη των τόκων, δηλαδή την δυνατότητα αποπληρωμής των χρηματοοικονομικών εξόδων αφού έχει γίνει η πληρωμή των λοιπών εξόδων. Όσο υψηλότερος ο δείκτης τόσο μεγαλύτερο το περιθώριο ασφάλειας σε ό,τι αφορά την κάλυψη των τόκων.

Δείκτης Δανειακής Επιβάρυνσης

10. **Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια:** Αναφέρεται στο ποσοστό του ξένου δανεισμού που καλύπτεται από τα ίδια κεφάλαια. Όσο μικρότερος ο δείκτης τόσο πιο εύκολα καλύπτει η επιχείρηση την δανειακή της επιβάρυνση.

Δείκτες Παγιοποίησης Περιουσίας

11. **Βαθμός Παγιοποίησης Περιουσίας:** Αποτελεί έναν δείκτη που δείχνει το ποσοστό του κυκλοφορούντος ενεργητικού που έχει επενδυθεί σε πάγια στοιχεία. Βοηθά στον προσδιορισμό του βαθμού σταθερότητας και δυνατότητας χρήσης του περιουσιακού στοιχείου της επιχείρησης για την επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων.

10.4. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση

Στο σημείο αυτό της έρευνας θα πραγματοποιηθεί η χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου ώστε να διαπιστωθεί η δυνατότητα υλοποίησης του. Η επένδυση θα κριθεί ως χρηματοοικονομικά εφικτή εάν η απόδοση της επί του συνολικού επενδυτικού κεφαλαίου και επί του μετοχικού κεφαλαίου να κριθεί ως ικανοποιητικά υψηλή.

Υφίστανται διάφορα εργαλεία για την επίτευξη της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης, με επικρατέστερα εκ των οποίων τα ακόλουθα:

- Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης
- Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας
- Μέθοδος Ανάλυσης Νεκρού Σημείου
- Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης
- Μέθοδος Απόδοσης Επένδυσης

10.4.1. Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος της επανείσπραξης του κόστους επένδυσης παρέχει ενδείξεις για τον κίνδυνο και την ρευστότητα της επένδυσης, υπολογίζοντας τον αριθμό των ετών που απαιτείται για την επανάκτηση των αρχικών κεφαλαίων που επενδύθηκαν σε αυτή. Όσο μικρότερη η περίοδος επανείσπραξης τόσο ευνοείται η υλοποίηση της επένδυσης. Για τον υπολογισμό απαιτείται η εύρεση των καθαρών κερδών για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης αλλά και των καθαρών ταμειακών ροών της ίδιας περιόδου.

Πίνακας 77: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ					
ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	ΦΟΡΟΣ (22%)	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
	A	B	(A-B)		
2026	33.944.157 €	17.904.343 €	16.039.814 €	3.528.759 €	12.511.055 €
2027	36.221.461 €	17.895.829 €	18.325.633 €	4.031.639 €	14.293.994 €
2028	38.562.958 €	17.405.229 €	21.157.729 €	4.654.700 €	16.503.029 €
2029	40.886.407 €	17.249.982 €	23.636.425 €	5.200.013 €	18.436.411 €
2030	43.268.268 €	17.539.168 €	25.729.100 €	5.660.402 €	20.068.698 €

Πίνακας 78: Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ				
ΕΤΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΚΤΡ	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΕΣ ΚΤΡ
	A	B	(A+B)	
2026	12.511.055 €	2.012.388 €	14.523.443 €	9.897.642 €
2027	14.293.994 €	2.012.388 €	16.306.382 €	26.204.024 €
2028	16.503.029 €	2.012.388 €	18.515.417 €	44.719.441 €
2029	18.436.411 €	2.012.388 €	20.448.799 €	65.168.240 €
2030	20.068.698 €	2.012.388 €	22.081.086 €	87.249.326 €

Παρατηρούμε πως η επιχείρηση θα έχει εισπράξει το σύνολο της αρχικής επένδυσης τους πριν το τέλος του τρίτου έτους λειτουργίας, και συγκεκριμένα σε 2,18 έτη (2 χρόνια, 2 μήνες και 6 μέρες), γεγονός που καθιστά την επένδυση ελκυστική.

10.4.2. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας & Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Η μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας είναι μια τεχνική αξιολόγησης επενδύσεων που λαμβάνει υπόψη την τιμή του χρήματος στον χρόνο. Αυτή η μέθοδος παρουσιάζει τη διαφορά μεταξύ των εκτιμώμενων μελλοντικών ταμειακών ροών και του κόστους της επένδυσης, λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία του χρόνου.

Ερμηνεία Καθαρής Παρούσας Αξίας (ΚΠΑ):

Αν ΚΠΑ>0: Η επένδυση είναι αποδοτική. Υποδεικνύει ότι η τρέχουσα αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών υπερβαίνει το αρχικό κόστος.

Αν ΚΠΑ=0: Η επένδυση είναι ακριβώς αποδοτική. Οι εκτιμώμενες μελλοντικές ταμειακές ροές είναι ακριβώς ίσες με το αρχικό κόστος.

Αν ΚΠΑ<0: Η επένδυση δεν είναι αποδοτική. Οι τρέχουσες αξίες των μελλοντικών ταμειακών ροών είναι λιγότερες από το αρχικό κόστος.

Συνολικά, η Καθαρή Παρούσα Αξία παρέχει έναν πολύτιμο τρόπο αξιολόγησης της επένδυσης, λαμβάνοντας υπόψη τον χρόνο και την αξία των ροών.

Ο συντελεστής προεξόφλησης που χρησιμοποιείται, ισούται με 10%, όπως ορίζουν οι ισχύουσες τραπεζικές συνθήκες.

Πίνακας 79: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας

Υπολογισμός Παρούσας Αξίας			
Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ (10%)	Παρούσα Αξία
2026	14.523.443 €	0,909	13.201.809 €
2027	16.306.382 €	0,826	13.469.071 €
2028	18.515.417 €	0,751	13.905.078 €
2029	20.448.799 €	0,683	13.966.530 €
2030	22.081.086 €	0,621	13.712.354 €
Συνολική παρούσα αξία			68.254.843 €

Επομένως, παρατηρούμε ότι $ΚΠΑ = \text{Συνολική ΠΑ} - \text{Συνολικό Κόστος Επένδυσης} \rightarrow 68.254.843 - 44.019.819 = \mathbf{24.235.024\text{€}}$ και κατά συνέπεια με βάση το παρόν εργαλείο η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου καθίσταται συμφέρουσα.

Από την άλλη, ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης είναι ο συντελεστής προεξόφλησης που κάνει την παρούσα αξία των εισροών να ισούται με το κόστος, δηλαδή μηδενίζει την Καθαρή Παρούσα Αξία. Πιο συγκεκριμένα, η μέθοδος αξιολόγησης που βασίζεται στον Εσωτερικό Συντελεστή Απόδοσης αναφέρεται στο επιτόκιο στο οποίο η τρέχουσα αξία των ταμειακών εισροών μιας επιχείρησης είναι ίση με την τρέχουσα αξία των ταμειακών εκροών της. Συνεπώς, πρέπει να αναζητήσουμε τον συντελεστή που θα μηδενίσει την Καθαρή Παρούσα Αξία που υπολογίστηκε προηγουμένως.

Πίνακας 80: Υπολογισμός Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Υπολογισμός Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης							
Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ 9%,v	ΣΠΑ 11%,v	ΣΠΑ 30%,v	Παρούσα Αξία	Παρούσα Αξία	Παρούσα Αξία
	1	2	3	4	(1*2)	(1*3)	(1*4)
2026	14.523.443 €	0,917	0,901	0,769	13.317.997 €	13.085.622 €	11.168.527 €
2027	16.306.382 €	0,842	0,812	0,592	13.729.973 €	13.240.782 €	9.653.378 €
2028	18.515.417 €	0,772	0,731	0,455	14.293.902 €	13.534.769 €	8.424.515 €
2029	20.448.799 €	0,708	0,659	0,35	14.477.750 €	13.475.759 €	7.157.080 €
2030	22.081.086 €	0,650	0,593	0,269	14.352.706 €	13.094.084 €	5.939.812 €
Συνολική παρούσα αξία					70.172.328 €	66.431.016 €	42.343.312 €

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα προκύπτουν τα εξής:

Για ΣΠΑ 9%,v $\rightarrow ΚΠΑ = 70.172.328 - 44.019.819 = \mathbf{26.152.509} \rightarrow ΚΠΑ > 0$

Για ΣΠΑ_{11%,v} → ΚΠΑ = 66.431.016 - 44.019.819 = **22.411.197** → ΚΠΑ > 0

Για ΣΠΑ_{30%,v} → ΚΠΑ = - 44.019.819 = **-1.676.507** → ΚΠΑ < 0

Συνεπώς, ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης υπολογίζεται ως εξής:

$$\begin{aligned}
 \text{ΕΣΑ} &= 11\% + [22.411.197 * (30\% - 11\%)] / 22.411.197 + 1.676.507 = \\
 &= 11\% + 22.411.197 * 19\% / 24.087.704 = \\
 &= 11\% + 4258127,43 / 24.087.704 = \\
 &= 11\% + 17,6\% = \\
 &= 28,6\%
 \end{aligned}$$

Εφόσον ο ΕΣΑ είναι υψηλότερος του Μέσου Σταθμικού Κόστους Κεφαλαίου, η επένδυση γίνεται αποδεκτή. Το επιτόκιο 28.6% αντιστοιχεί στο υψηλότερο επιτόκιο που θα μπορούσε να καλυφθεί από τους επενδυτές χωρίς ζημία. Συνεπώς, ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης καθίσταται ιδιαίτερα ικανοποιητικός, ειδικά λαμβάνοντας υπόψη τα τρέχοντα επιτόκια της αγοράς.

10.4.3. Μέθοδος Ανάλυσης Νεκρού Σημείου

Το Νεκρό Σημείο δείχνει το επίπεδο των πωλήσεων στο οποίο η επιχείρηση καλύπτει ακριβώς τα σταθερά και τα μεταβλητά έξοδά της, χωρίς να παράγει κέρδος ή ζημία. Αυτή η ανάλυση βασίζεται στη συμπεριφορά του κόστους, όπου το συνολικό κόστος της επιχείρησης αντιστοιχεί στο άθροισμα του σταθερού και του μεταβλητού κόστους, με το μεταβλητό να είναι ανάλογο των πωλήσεων και το σταθερό να μην εξαρτάται από τον κύκλο εργασιών του ξενοδοχείου. Το νεκρό σημείο σε μονάδες πωλήσεων υπολογίζεται με βάση την παρακάτω εξίσωση:

Νεκρό Σημείο (σε μονάδες πωλήσεων) = Κόστος παραγωγής / Τιμή ανά μονάδα

Αυτή η τιμή σηματοδοτεί το επίπεδο των πωλήσεων στο οποίο η επιχείρηση ξεκινά να κερδίζει χρήματα, καλύπτοντας τα έξοδά της.

Βάσει των υπολογισμών του 3^{ου} κεφαλαίου, προκύπτει πως ο μέσος αριθμός επισκεπτών ανά έτος ανέρχεται περίπου στους 53.000 και η μέση τιμή ανά επισκέπτη στα 870€. Συνεπώς, έπειτα από τον καταμερισμό των εξόδων όπως παρουσιάζεται παρακάτω, προκύπτει πως οι

επισκέπτες που πρέπει να έχει η μονάδα ώστε να αγγίξει το νεκρό σημείο ανέρχονται στους 12.552 και οι πωλήσεις τα 10.920.597€.

Πίνακας 81: Καταμερισμός Σταθερών και Μεταβλητών Εξόδων 1^{ου} Έτους

ΚΑΤΑΜΕΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ 1ου ΕΤΟΥΣ			
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ
Κόστος Πρώτων Υλών και Εφοδίων		3.806.762 €	70,67 €
Κόστος Εργασίας	2.629.348 €		
Κόστος Μάρκετινγκ	2.265.227 €		
Προμήθεια Εξωτερικών Συνεργατών		2.376.091 €	44,11 €
Γενικά Έξοδα	1.077.665 €		
Αποσβέσεις	2.012.388 €		
Τόκοι	1.471.635 €		
Σύνολο	9.456.263 €	6.182.853 €	115 €

10.4.4. Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου

Ο Απλός Συντελεστής Απόδοσης μετρά την κερδοφορία μιας επιχείρησης σε σχέση με τα συνολικά της κεφάλαια. Η εν λόγω μέθοδος παρέχει μια μέτρηση αποτελεσματικότητας της εταιρείας στη χρήση του κεφαλαίου της και επιτρέπει τη σύγκριση της απόδοσης μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων ανεξαρτήτως μεγέθους. Για τον υπολογισμό του συντελεστή θα χρειαστούμε τον συντελεστή απόδοσης επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου [$R = (\text{καθαρό κέρδος} + \text{τόκοι}) / \text{συνολικό κεφάλαιο}$] και τον συντελεστή απόδοσης του επενδυμένου μετοχικού κεφαλαίου [$R_e = (\text{καθαρό κέρδος}) / \text{μετοχικό κεφάλαιο}$].

Βάσει των παραπάνω προκύπτει ο εξής πίνακας:

Πίνακας 82: Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου

Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου					
	2026	2027	2028	2029	2030
Καθαρό κέρδος & τόκοι	13.982.690 €	15.765.629 €	17.974.664 €	19.908.046 €	21.540.333 €
Ίδια Κεφάλαια	18.619.819 €				
R	75%	85%	97%	107%	116%
Καθαρό κέρδος	12.511.055 €	14.293.994 €	16.503.029 €	18.436.411 €	20.068.698 €
Συνολικό Κεφάλαιο	44.019.819 €				
R _e	28%	32%	37%	42%	46%

Προκύπτει λοιπόν πως οι δύο κυμαίνονται σε ικανοποιητικά υψηλά επίπεδα αλλά και ότι ο δείκτης R είναι υψηλότερος του R_e , γεγονός που καθιστά την απόδοση επί των ιδίων κεφαλαίων ακόμα πιο ικανοποιητική από εκείνη του συνολικού κεφαλαίου.

10.5. Συνολική Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση

Έχοντας συγκεντρώσει όλα τα δεδομένα της επενδυτικής πρότασης, και έχοντας διενεργήσει οικονομική ανάλυση, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η παρούσα επένδυση πληροί τα κατάλληλα κριτήρια προς εξασφάλιση της βιωσιμότητάς της. Η εν λόγω οικονομική ανάλυση διεξήχθη με αυστηρούς υπολογισμούς και η έρευνα που προηγήθηκε αυτής συγκέντρωσε όσο περισσότερες από τις διαθέσιμες πληροφορίες. Κατά συνέπεια, η μέτρηση της χρηματοοικονομικής επίδοσης θεωρείται ολοκληρωμένη και σχετικά ακριβής. Πάρα ταύτα, απρόβλεπτες κοινωνικές ή οικονομικές συγκυρίες, όπως για παράδειγμα ένα νέο πανδημικό κύμα, μπορεί να επηρεάσουν την ακρίβεια των υπολογισμών που έχουν λάβει χώρα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 10

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων. (2024). ESPA. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=6115>

Νόμος 4887/2022. (2022). Kodiko. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/772319/nomos-4887-2022>

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Γεωργόπουλος Ν. (2013). *Στρατηγικό Μάνατζμεντ*, Μπένου Γ.

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Wheelen T., Hunger J., Hoffman Al., Bamford C. (2018). *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability*, 15th Edition, International Edition, Pearson

Kotler, P., Bowen, T., Makens, C. (2010), *Marketing Hospitality and Tourism*, 5th Edition, International Edition, Pearson

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2019-2022 – Προφίλ Αγορών. (2023, Αύγουστος). INSETE. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/08/23-9_X-Ray_2019-2022-1.pdf

Ακτοπλοϊκοί Προορισμοί – Καλαμάτα. Ferry Scanner. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ferryscanner.com/el/aktoploikoi-proorismoi/ellada/ipeirotiki-ellada/kalamata>

Ανακάμπτει στο 95% ο τουρισμός στην ΕΕ το 2022 - Πού βρίσκεται η Ελλάδα. Newmoney. (2023, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/tourismos/anakampti-sto-95-o-tourismos-stin-ee-to-2022-pou-vriskete-i-ellada-pinakes/>

Αυξήσαμε τα επιτόκια. Τι σημαίνει αυτό για εσάς. Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. (2022). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/explainers/tell-me-more/html/interest_rates.el.html

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2022. SETE. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://sete.gr/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Ειδικό Θέμα: Πληθωρισμός – Ενδείξεις αποκλιμάκωσης και προοπτικές για το 2023. Εθνική Τράπεζα Ελλάδος. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.nbg.gr/el/omilos/meletes-oikonomikes-analuseis/reports/special-focus-inflation-at-a-turning-point>

- Ελληνικός Τουρισμός, Σχέδια Δράσης 2030/ Εθνικό Σχέδιο Δράσης*. INSETE. (2021, Αύγουστος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://insete.gr/wp-content/uploads/2022/04/ethniko-sxedio-drasis-v2.pdf>
- Ενέργεια: Η Ελλάδα εκ των ηγέτιδων στη διείσδυση των ΑΠΕ στο ενεργειακό μείγμα*. Οικονομικός Ταχυδρόμος. (2023, Απρίλιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ot.gr/2023/04/12/green/energeia-i-ellada-ek-ton-igetidon-sti-dieisdysi-ton-ape-sto-energeiako-meigma/>
- Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων*. (2024). ESPA. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=6115>
- Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας 2019*. Hellenic Chamber of Hotels. (2020, Φεβρουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.grhotels.gr/app/uploads/2020/02/01_Hotel-Performance_Presentation_2019_17feb20_final.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2016*. INSETE. (2018, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/Tourism-and-Greek-Economy_2015-2016v3.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2017*. INSETE. (2019, Μάιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/Tourism-and-Greek-Economy_2016-2017_Update.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019*. INSETE. (2021, Νοέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019_2nd_edition.pdf
- Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2020*. INSETE. (2021, Νοέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/11/21_11_Tourism_and_Greek_Economy_2019-2020.pdf
- Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2022*. INSETE. (2023, Ιούνιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/07/23_06_Tourism_and_Greek_Economy_2021-2022_v1.pdf
- Η Golden Visa, η ιδιοκατοίκηση και η στεγαστική κρίση*. Lifo. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.lifo.gr/stiles/optiki-gonia/i-golden-visa-i-idiokatoikisi-kai-i-stegastiki-krisi>
- ΚΤΕΛ Μεσσηνίας. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.ktelmessinias.gr/en/homepage-en/>
- Νόμος 4887/2022. (2022). Kodiko. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/772319/nomos-4887-2022>
- Ο τουρισμός στην Ελλάδα και στους κύριους ανταγωνιστικούς προορισμούς, 2017-2021*. INSETE. (2023, Φεβρουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από

https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/02/23_02_Greece_Competition_2017-2021.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ελληνικός Τουρισμός 2030/ Σχέδια Δράσης. INSETE. (2021, Αύγουστος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://insete.gr/greektourism2030/perifereia-peloponnisou/>

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2019. INSETE. (2020, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/20-12_Peloponnese-1.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2020. INSETE. (2021, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_Peloponnese-3.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2021. INSETE. (2022, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12_Peloponnese-1.pdf

Περιφέρεια Πελοποννήσου, Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022. INSETE. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2023/12/23-12_Peloponnese-1.pdf

Πτήσεις από και προς το Αεροδρόμιο Καλαμάτας. Kalamata. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.kalamata.gr/el/episkeptes/prosvasi-stin-poli/ptiseis-apo-kai-pros-to-aerodromio-kalamatas>

ΣΕΤΕ: Απολογισμός 2022. Issuu. (2023, Μάιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://issuu.com/sete-ebooks/docs/sete-ar22>

Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα - Προϊόντα και αγορές. INSETE. (2021, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12_Proionta-Agores.pdf

Το 2024 η Ελλάδα θα φτάσει το ΑΕΠ του 2009. Ναυτεμπορική. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.naftemporiki.gr/finance/1521063/to-2024-i-ellada-tha-ftasei-to-aep-toy-2009/>

Τουριστικές Επιχειρήσεις Μεσσηνίας Ανώνυμη Εταιρεία. ΓΕΜΗ. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://publicity.businessportal.gr/company/122431301000>

Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας. Hellenic Chamber of Hotels. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.grhotels.gr/category/epicheirimatiki-enimerosi/statistika/>

- 5G: Η Ελλάδα στο «top 5» της Ευρώπης. Οικονομικός Ταχυδρόμος. (2023, Μάρτιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <http://www.ot.gr/2023/03/07/teχνologia/5g-i-ellada-sto-top-5-tis-eyropis/>
- Berger, R. (2023, Δεκέμβριος). *Retail and hotel performance quietly gaining momentum*. GlobeSt. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.globest.com/2023/12/06/retail-and-hotel-performance-quietly-gaining-momentum/?slreturn=20240027162100#:~:text=Upscale%20occupancy%20rates%20are%20up,points%20over%20the%20last%20year>
- Brierley, T. (2023, Δεκέμβριος). *These are the 10 most visited cities in the World Right Now*. Travel Off Path. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.traveloffpath.com/these-are-the-10-most-visited-cities-in-the-world-right-now/>
- Corruption Perceptions Index 2022*. Transparency International. (2023, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.transparency.org/en/publications/corruption-perceptions-index-2022>
- Costa Navarino: Υποδέχεται το Mandarin Oriental το 2023 - Στο 85% η πληρότητα στο νέο ξενοδοχείο «W»*. Ημερήσια. (2022, Σεπτέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/52181/costa-navarino-ypodehetai-mandarin-oriental-2023-sto-85-i-plirotita-sto-neo>
- Development*. Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1η Ιανουαρίου 2024, από <https://www.sixsenses.com/en/about-us/development>
- Fitch Upgrades Greece to 'BBB-'; Outlook Stable*. Fitch Ratings. (2023, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-upgrades-greece-to-bbb-outlook-stable-01-12-2023>
- Fortune Business Insights. (2023, Ιούλιος). *Luxury hotel market to worth USD 293.61 billion by 2030*. GlobeNewswire. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.globenewswire.com/news-release/2023/07/24/2709293/0/en/Luxury-Hotel-Market-to-Worth-USD-293-61-Billion-by-2030-With-a-11-1-CAGR.html#:~:text=Pune%2C%20India%2C%20July%2024%2C,11.1%25%20during%20the%20forecast%20period>
- Greece Golden Visa: The Ultimate Guide 2024*. Get Golden Visa. (2024, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Φεβρουαρίου 2024, από <https://getgoldenvisa.com/ultimate-guide-to-greece-golden-visa>
- Greece Returned to Investment Grade by S&P After Over a Decade*. Bloomberg. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-10-20/greece-returned-to-investment-grade-by-s-p-after-over-a-decade?embedded-checkout=true>
- Greece Tourism Market Outlook (2022 to 2032)*. Future Market Insights. (2022, Δεκέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.futuremarketinsights.com/reports/greece-tourism-market>

- Greece Unemployment Rate. Trading Economics.* (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://tradingeconomics.com/greece/unemployment-rate>
- Government debt down to 90.3% of GDP in euro area.* Eurostat. (2023, Οκτώβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από [https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/17725721/2-23102023-BP-EN.pdf/94083c00-c5e1-fe02-a30f-6f4122e9d744#:~:text=The%20highest%20ratios%20of%20government,%25\)%20and%20Sweden%20\(30.7%25\)](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/17725721/2-23102023-BP-EN.pdf/94083c00-c5e1-fe02-a30f-6f4122e9d744#:~:text=The%20highest%20ratios%20of%20government,%25)%20and%20Sweden%20(30.7%25))
- Infographics.* ΕΛΣΤΑΤ. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.statistics.gr/elstat-infographics>
- Jonathan Nehmer & HVS Design. (2022). *Hotel Cost Estimation Guide.* Ανακτήθηκε την 1η Ιανουαρίου 2024, από <https://www.nehmer.com/costguide/>
- Luxury Travel Market Size, Share & Trends Analysis Report By Tour (Customized & Private Vacations, Safari & Adventure), By Age Group (Millennial, Baby Boomers), By Region, And Segment Forecasts, 2024 - 2030.* Grand View Research. (2023). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/luxury-travel-market>
- SETE Intelligence. (2018, Απρίλιος). *Προφίλ εισερχόμενου Τουρισμού Πολυτελείας για Διακοπές στην Μεσόγειο, 2016.* Arcadia Net. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://arcadianet.gr/wp-content/uploads/2018/04/SETE-Intelligence-profile-eisexomenou-tourism-politeleias-gia-diakopes-sti-Mesogeio-2016-synopsis.pdf>
- Spa Elounda – Menu.* Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.sixsenses.com/media/14250/ssspa_elounda_spamenu_booklet_eng_november2022.pdf
- Spa Mykonos – Menu.* Six Senses. (2024). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από https://www.sixsenses.com/media/13671/220615_sspa-mykonos_spamenu_booklet.pdf
- Statista Research Department. (2024, Ιανουάριος). *Travel and tourism: Share of global GDP 2023.* Statista. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>
- Travel and tourism to be worth US\$15.5 trillion by 2033.* Globetrender. (2023, Σεπτέμβριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://globetrender.com/2023/09/01/wttc-travel-tourism-15-5-trillion-2033/>
- Tutek, E., Gebbie, M., Chan, K. Y. G., & Durand, S. (2015). *Tourism megatrends - 10 things you need to know about the future of Tourism.* Horwath HTL. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>
- UN tourism: Glossary of tourism terms.* UNWTO. (2008). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

- UNWTO *World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2023*. UNWTO. (2023, Ιανουάριος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.1?role=tab>
- Vlatka B., Sanja F., Marija V. (2022). *The impact of Global Megatrends on tourism industry*. Utmsjoe. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.utmsjoe.mk/files/Vol.13.No.1/10.THE-IMPACT-OF-GLOBAL-MEGATRENDS-ON-TOURISM-INDUSTRY.pdf>
- Wagner, H. (2023, Σεπτέμβριος). *Who is the 2023 high luxury traveler? an in-depth buyer persona for Luxury Hotels*. Affluent Research. Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.researchtheaffluent.com/post/who-is-the-2023-high-luxury-traveler-an-in-depth-buyer-persona-for-luxury-hotels#:~:text=The%20key%20demographics%20of%20High,a%20master's%20degree%20or%20higher>
- WTTC: *Από τον τουρισμό σχεδόν 25% του ΑΕΠ της Ελλάδας το 2028*. Euro2day. (2018, Απρίλιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://www.euro2day.gr/news/economy/article/1606703/wttc-apo-ton-toyrismo-shedon-25-toy-aep-ths-ellada.html>
- WTTC: *Ο ελληνικός Τουρισμός πλησιάζει στην πλήρη ανάκαμψή του εφέτος, Πάνω από 57 δισ. € η συνεισφορά του στο ΑΕΠ το 2033*. Money Tourism. (2023, Ιούνιος). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://money-tourism.gr/wttc-o-ellinikos-toyrismos-plisiazei-stin-pliri-anakampsi-efetos-pano-57-dis-eyro-syneisfora-aep-to-2033-perissoteroi-1-ekat-oi-apaschologymenoi-sti-quot-varia-viomichania-quot-tin-epomeni-10etia/>
- 4th edition luxury travel trends march*. Pangaea Network. (2014). Ανακτήθηκε την 1 Ιανουαρίου 2024, από <https://docplayer.net/4925540-4-edition-luxury-travel-trends-march-2014.html>