



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Επιχειρηματικό σχέδιο για την ανάπτυξη μονάδας φιλοξενίας στο Δήμο Μετσόβου

**ΣΥΓΓΡΑΦΗ
ΓΙΑΝΝΗΣ ΜΟΣΧΟΝΑΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ**

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η συγκεκριμένη διπλωματική βασίζεται σε μια τεχνοοικονομική μελέτη για τη μετατροπή μιας οικοδομής σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, δυναμικότητας 19 κλινών. Η οικοδομή βρίσκεται στο Δήμο Μετσόβου, εντός του οικισμού Μετσόβου και προβλέπεται να λειτουργεί 12 μήνες το χρόνο.

Αρχικά υπάρχει μια περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης του κτιρίου, καθώς και της αποπεράτωσης του έργου (μετατροπή σε ενοικιαζόμενα δωμάτια). Το έργο συνάδει με τα παραδοσιακά πρότυπα που θέτει το υπουργείο για τον οικισμό του Μετσόβου.

Στη συνέχεια περιγράφεται ο χαρακτήρας της τοποθεσίας (στοιχεία παράδοσης, κόσμος που προσελκύει, τωρινή κατάσταση) και γίνεται μια συγκεκριμένα αναφορά στον Εθνικό Δρυμό Πίνδου (Βάλια Κάλντα), που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Ύστερα παρουσιάζονται μερικά σημαντικά στοιχεία για τον Ελληνικό τουρισμό, καθώς και κάποια πιο συγκεκριμένα για την περιοχή του Μετσόβου, με βάση τις υπάρχουσες έρευνες του Υπουργείου. Επίσης γίνεται μια ανάλυση της φιλοσοφίας της επιχείρησης και του σχεδιασμού που ακολουθήθηκε.

Τέλος, υπάρχει τεκμηρίωση σχετικά με τις προβλέψεις εσόδων- εξόδων σε ορίζοντα πενταετίας μετά την αποπεράτωση του έργου. Η μελέτη βιωσιμότητας, πραγματοποιήθηκε κάτω από συγκεκριμένες παραδοχές οι οποίες καταγράφονται.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΧΕΔΙΟΥ	4
ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	4
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗ ΤΟΥ	
ΕΡΓΟΥ.....	4
ΕΚΚΡΕΜΟΤΗΤΕΣ ΜΕΤΑ ΤΗ	
ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ.....	5
ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	5
ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΕΡΓΟΥ.....	7
ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΠΟΥ ΛΗΦΘΗΚΑΝ ΥΠ ΟΨΙΝ.....	7
ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	
ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	8
SWOT	
ANALYSIS.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	12
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ.....	12
Π.Ε. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ.....	13
ΔΗΜΟΣ ΜΕΤΣΟΒΟΥ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	19
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	19
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	23
ΟΦΕΛΗ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ- ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΛΕΤΗ	
ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ	31
ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΗΣ	
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	31
ΣΧΕΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ και ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	
ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	32
ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	34
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΡΙΣΚΟΥ.....	35
ΥΠΟΒΑΘΡΟ	
ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	35
ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΑΡΑΔΟΧΩΝ.....	37

ΑΝΑΛΥΣΗ	ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ	ΕΡΓΟΥ	ΑΝΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ.....	38		
ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΗ			
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	40		
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ			
ΕΣΟΔΩΝ.....	44		
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΞΟΔΩΝ.....	45		
ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ- ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	48		
ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ			ΑΝΑ
ΕΤΟΣ.....	49		
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ			
.....	50		
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ			52

1. ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΧΕΔΙΟΥ

1.1 ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Το επενδυτικό σχέδιο αφορά την αποπεράτωση υπάρχουσας τριώροφης οικοδομής με υπόγειο με χρήση ενοικιαζόμενα δωμάτια 3 κλειδιών , που βρίσκεται στην οδό Γ. Αβέρωφ στο Μέτσοβο, δυναμικότητας 19 κλινών, εντός του παραδοσιακού οικισμού Μετσόβου, του Δήμου Μετσόβου, που προβλέπεται να λειτουργεί 12 μήνες το χρόνο.

1.1.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΤΗΡΙΟΥ

Το οικόπεδο στο οποίο είναι κτισμένο το κτήριο έχει εμβαδό 635,44 τετραγωνικά μέτρα. Το κτήριο αποτελείται από τους παρακάτω χώρους:

- Υπόγειο (εμβαδού 47,46) και περιλαμβάνει λεβητοστάσιο, ιματιοθήκη, πλυντήριο και αποθήκη.
- Ισόγειο (εμβαδού 146,66) που προορίζεται για χώρο στάθμευσης οχημάτων.
- Α΄ Όροφος (εμβαδού 137,86) αποτελείται από χώρο υποδοχής – καθιστικό,1 δωμάτιο μονόκλινο ,1 δωμάτιο τρίκλινο καθώς επίσης και μια δίχωρη κατοικία ιδιοκτήτη. Επίσης, στον ίδιο όροφο υπάρχει στην είσοδο του ημιυπαίθριος Χώρος (εμβαδού 8,80).

- Β' Όροφος (εμβαδού 150,96) αποτελείται από 4 δωμάτια δίκλινα , 1 δωμάτιο τρίκλινο και κουζίνα εξυπηρέτησης πελατών.

1.1.2 ΣΤΑΔΙΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Το κτήριο σήμερα βρίσκεται σε αρκετά προχωρημένο στάδιο εργασιών, καθώς έχουν αποπερατωθεί: ο φέρων οργανισμός, οι οπτοπλινθοδομές, τα επιχρίσματα εσωτερικά, η στέγη, η επένδυση πέτρας στις όψεις, οι ηλεκτρολογικές και υδραυλικές σωληνώσεις, καθώς επίσης και τμήμα της περιφράξης με λιθοδομή.

1.2 ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Για την υλοποίηση της επένδυσης δεν απαιτείται η έκδοση νέας οικοδομικής άδειας αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί η ήδη υπάρχουσα οικοδομική άδεια, μετά την υποβολή των απαραίτητων αλλαγών διαρρύθμισης στο αρμόδιο πολεοδομικό γραφείο. Τα ίδια ακριβώς ισχύουν και σε ότι αφορά τον περιβάλλοντα χώρο και τους υπόλοιπους βοηθητικούς και άλλους χώρους. Οι δαπάνες οι οποίες έχουν σχεδιασθεί να πραγματοποιηθούν στο επιχειρηματικό σχέδιο θα συνεισφέρουν στο σύνολό τους στη δημιουργία μιας σύγχρονης και ανταγωνιστικής επιχείρησης που θα προσφέρει τουριστικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Οι εργασίες θα ολοκληρωθούν σε διάστημα των 30 μηνών και τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι σύμφωνα με την πράσινη πολιτική που σκοπεύει να ακολουθήσει η επιχείρηση.

1.3 ΕΚΚΡΕΜΟΤΗΤΕΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ

Παρόλο που το έργο βρίσκεται σε προχωρημένο στάδιο, υπάρχουν ακόμα αρκετές εργασίες που εκκρεμούν προκειμένου η μονάδα να είναι έτοιμη και λειτουργική. Οι εργασίες αφορούν, κυρίως, δύο βασικές αλλαγές. Η πρώτη αλλαγή είναι η μετατροπή της ιδιόκτητης κατοικίας σε δίκωρο διαμέρισμα 4 κλινών, ούτως ώστε η δυναμικότητα να αυξηθεί σε 19 κλίνες (από 15). Η δεύτερη αλλαγή θα αναδιαμορφώσει το ισόγειο, δημιουργώντας: χώρο πρωινού, κουζίνα, γραφείο και WC για το προσωπικό,

Με τις αλλαγές που αναφέρθηκαν παραπάνω θα υπάρξει:

- i. Ημιυπαίθριος χώρος εισόδου στο Ισόγειο (εμβαδού 8,80)
- ii. Χώρους κυρίας χρήσης (Υποδοχή ,Δωμάτια, Κουζίνα, Αίθουσα Πρωινού ,Γραφείο και WC προσωπικού) σε Β Όροφο, Α Όροφο και Ισόγειο, (εμβαδού 359,84)
- iii. Χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων στο Ισόγειο (εμβαδού 75,64)
- iv. Βοηθητικούς χώρους (Λεβητοστάσιο ,Ιματιοθήκη ,Πλυντήριο και Αποθήκη) στο Υπόγειο (εμβαδού 47,46)

1.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο προϋπολογισμός του έργου έχει διαμορφωθεί με βάση τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές μιας σύγχρονης τουριστικής μονάδας, έτσι ώστε να προσφέρονται ποιοτικές υπηρεσίες προς τους πελάτες. Η επιχείρηση, λοιπόν έχει σκοπό να προχωρήσει σε μια σειρά δαπανών οι οποίες χωρίζονται σε 8 κατηγορίες. Ο συνολικός προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται στο ποσό των 320.800,00 €. Οι κατηγορίες είναι οι εξής:

1.4.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 1. Κτίρια, λοιπές εγκαταστάσεις και Περιβάλλον χώρος

Η συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνει κτιριακές εργασίες και εργασίες περιβάλλοντος χώρου. Οι επεμβάσεις αφορούν την κάλυψη των κτιριακών αναγκών αυτής και στόχο έχουν την άριστη παροχή υπηρεσιών και τη δημιουργία όλων των απαραίτητων συνθηκών εργασίας και ασφάλειας για τους εργαζόμενους και τους επισκέπτες.

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ: 225.700,00€.

1.4.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 2. Μηχανήματα – Εξοπλισμός

Περιλαμβάνει δαπάνες εξοπλισμού απαραίτητου για την λειτουργία της επιχείρησης και την εξασφάλιση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ: 56.100,00 €

1.4.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 3. Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός Προστασίας Περιβάλλοντος και Εξοικονόμησης ενέργειας και ύδατος

Περιλαμβάνει εργασίες εγκαταστάσεων και εξοπλισμού, προστασίας περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας. Άλλωστε, τα συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας έχουν θετικό αντίκτυπο, τόσο στο λογαριασμό κατανάλωσης ηλεκτρικού ρεύματος, όσο και στο περιβάλλον με τη μείωση των εκπομπών του CO₂ στην ατμόσφαιρα. Ακόμη, οι επεμβάσεις ενισχύουν την πράσινη πολιτική της επιχείρησης και στόχο έχουν την άριστη παροχή υπηρεσιών και τη δημιουργία όλων των απαραίτητων συνθηκών εργασίας και ασφάλειας για τους εργαζόμενους και τους επισκέπτες.

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ: 19.000,00 €.

1.4.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 4. Προβολή – Προώθηση – Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Περιλαμβάνεται η δαπάνη για την κατασκευή της ιστοσελίδας, το κόστος της οποίας κυμαίνεται στο ποσό των 2.500 €. Η κατασκευή της ιστοσελίδας θα διαθέτει όλα τα απαραίτητα τεχνικά χαρακτηριστικά για την πρόσβαση σε αυτή ατόμων ΑΜΕΑ σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, και θα συμβάλει στο στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησης καθώς και στην εξωστρέφεια των υπηρεσιών της. Το υπόλοιπο ποσό θα διατεθεί για κάθε μορφής ενέργειες και δαπάνες που στοχεύουν στην προβολή της επιχείρησης και στην προώθηση της υπηρεσίας/του τουριστικού προϊόντος της, σύμφωνα με τους όρους της δράσης αλλά και των αναγκών της επιχείρησης.

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ: 6.000,00 €.

1.4.5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 5. Δαπάνες τεχνικών μελετών Μηχανικού

Η συγκεκριμένη δαπάνη αφορά αμοιβές μηχανικών και ειδικότερα σχετίζεται με την τεχνική υποστήριξη καθώς και με την επίβλεψη της αδειας σχετικά με το έργο.

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ: 11.000,00 €.

1.4.6 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 6: Λογισμικά και Υπηρεσίες Λογισμικού.

Περιλαμβάνει την αγορά ενός ολοκληρωμένου συστήματος λογισμικού back office για τη διαχείριση της νέας της επιχείρησης με χαρακτηριστικά και λειτουργίες ERP, που καλύπτει πλήρως τις ανάγκες κάθε σύγχρονης επιχείρησης.

Αυτοματοποιώντας και παρακολουθώντας όλες τις επιχειρησιακές διαδικασίες της, από την διαχείριση συμβολαίων, τη λήψη και διαχείριση κρατήσεων, το operation έως και τη λογιστική παρακολούθηση, θα αποτελέσει ένα πολύτιμο εργαλείο διεκπεραίωσης εργασιών, διοικητικής πληροφόρησης και ελέγχου. Το προμηθευόμενο λογισμικό θα είναι καινούριο και η επιχείρηση θα είναι νόμιμος κάτοχος της άδειας χρήσης αυτού.

ΑΞΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ: 2.000,00 €.

1.4.7 ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ 7. Δαπάνες σύνταξης και παρακολούθηση υλοποίησης του Επενδυτικού Σχεδίου.

Οι δαπάνες παροχής υπηρεσιών σύνταξης, παρακολούθησης και διαχείρισης της υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου κρίνονται απαραίτητες για τον ολοκληρωμένο χαρακτήρα του επενδυτικού σχεδίου αλλά και την επιτυχή ολοκλήρωση αυτού στα πλαίσια του προγράμματος, καθώς δεν είναι δυνατό να σχεδιαστεί, να υλοποιηθεί αλλά και να ολοκληρωθεί ένα επενδυτικό σχέδιο χωρίς την παροχή υποστήριξης από εξειδικευμένο σύμβουλο επιχειρηματικότητας.

ΑΞΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ: 4.000,00 €.

1.5 ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΕΡΓΟΥ

Σκοπός της επένδυσης είναι η τεχνικοοικονομική υποστήριξη επιχειρηματικής προσπάθειας ανάπτυξης επιχείρησης του ξενοδοχειακού κλάδου με στόχο τη δημιουργία μιας καλά οργανωμένης τουριστικής μονάδας επιπλωμένων δωματίων με σύγχρονη λειτουργική παροχή υπηρεσιών διαμονής διανυκτέρευσης και αναψυχής. Η περιοχή υλοποίησης της επένδυσης εντοπίζεται στον παραδοσιακό οικισμό Μετσόβου του Δήμου Μετσόβου. Ο οικισμός Μετσόβου, ελέγχεται από την ΕΠΑΕ για την αξιόλογη αρχιτεκτονική των κτιρίων του, για τον ενδιαφέροντα πολεοδομικό ιστό του και για το φυσικό περιβάλλον τόσο του ίδιου του οικισμού όσο και της ευρύτερης περιοχής.

Η σπουδαιότητα της δημιουργίας της συγκεκριμένης τουριστικής μονάδας, η οποία θα αφορά την ίδρυση επιπλωμένων δωματίων, είναι σημαντική για την τοπική αλλά και την Εθνική οικονομία καθώς πέρα από τον εγχώριο τουρισμό καλείται να εντάξει στο πελατολόγιο της τουρίστες από όλον τον κόσμο. Πρόκειται λοιπόν για επένδυση η οποία, εκτός των ιδίων ωφελειών που προσδοκά, παρουσιάζει και πολλαπλασιαστικά οφέλη για την τοπική κοινωνία.

1.6 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΠΟΥ ΛΗΦΘΗΚΑΝ ΥΠ ΟΨΙΝ

Η πρώτη βασική παράμετρος που έπρεπε να ληφθεί υπ' όψιν ήταν το έργο να συμβαδίζει με τα αρχιτεκτονικά πρότυπα που έχουν οριστεί από το υπουργείο για τον παραδοσιακό οικισμό. Αυτή η παράμετρος προφανώς έχει ήδη καλυφθεί, καθώς η υπάρχουσα τριώροφη οικοδομή ήδη συμβάδιζε με τα πρότυπα. Επίσης, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, για την

αποπεράτωση του έργου δεν απαιτείται η έκδοση νέας οικοδομικής άδειας, αλλά χρησιμοποιείται η υπάρχουσα.

Συν τοις άλλοις, το έργο οφείλει να τηρεί τους εθνικούς κι ενωσιακούς κανονισμούς, οπότε κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία υποδομών ΑΜΕΑ. Η πρόσβαση για όλους θα γίνεται από την είσοδο της πρόσοψης, η οποία βρίσκεται στο +1.50 μ. από το επίπεδο του διαμορφωμένου εδάφους (μονοπάτι με κλίση κατάλληλη για κίνηση ΑΜΚ) και η πρόσβαση γίνεται με μηχανικό μέσο (αναβατόριο κατακόρυφης κίνησης). Αυτό συμβάλει στην ροικότητα της κίνησης στη σχέση κτιρίου- εισόδων- περιβάλλοντα χώρου και την απόδοση της αίσθησης του ενταγμένου στον περιβάλλοντα χώρο κτιρίου. Σε αντίστοιχο πλαίσιο έχουν διαμορφωθεί και οι εσωτερικοί χώροι, ούτως ώστε ο χώρος να είναι προσβάσιμος σε ΑΜΕΑ και προφανώς να παρέχεται η απαραίτητη ασφάλεια.

Πριν από το σχεδιασμό της μετατροπής του κτιρίου, η επιχείρηση έχει λάβει υπόψη ορισμένες βασικές παραμέτρους, οι οποίες καθόρισαν τις επιλογές της. Παρακάτω αναφέρονται επιγραμματικά οι ανάγκες που προσπάθησε να καλύψει η επιχείρηση:

- Άνετη και ασφαλή κίνηση των χρηστών.
- Άνετη και ασφαλή χρήση των χώρων από άτομα με ειδικές ανάγκες ΑμΕΑ και κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών τους.
- Ορθή οργάνωση των λειτουργιών.
- Εναρμόνιση με τους κανόνες της πυρασφάλειας.
- Ανθεκτικότητα στο χρόνο και τη σκληρή χρήση όλων των προτεινόμενων υλικών και μεθόδων κατασκευής.
- Επίτευξη υψηλού αισθητικά αποτελέσματος και έκφραση της χρήσης και σημασίας του κτιρίου μέσω της προτεινόμενης μορφολογίας.

1.7 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου διαμορφώνεται σε ορίζοντα 30 μηνών. Παρακάτω περιγράφεται ένα χρονοδιάγραμμα, το οποίο οφείλει να τηρηθεί αυστηρά. Οι εργασίες έχουν ήδη ξεκινήσει, παρόλα αυτά στο χρονοδιάγραμμα δίνονται όλες οι πληροφορίες από την έναρξη υλοποίησης του σχεδίου μέχρι και την προβλεπόμενη αποπεράτωσή του.

- **1ος έως 24ος μήνας:** Κτίρια, λοιπές εγκαταστάσεις και Περιβάλλον χώρος. Για τις συγκεκριμένες εργασίες έχει ήδη εκδοθεί άδεια οικοδομής. Στόχος είναι η όσο το δυνατόν ταχύτερη ολοκλήρωση των κατασκευαστικών εργασιών.
- **12ος έως 30ος μήνας:** Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός Προστασίας Περιβάλλοντος και Εξοικονόμησης ενέργειας και ύδατος. Οι δαπάνες θα εκκινήσουν αμέσως μετά την ολοκλήρωση σημαντικών κατασκευαστικών εργασιών και θα έχουν διάρκεια μέχρι την ολοκλήρωση της επένδυσης.

- **12ος έως 30ος μήνας:** Μηχανήματα – Εξοπλισμός. Πρόκειται για προμήθεια απαραίτητου ξενοδοχειακού εξοπλισμού για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης. Οι δαπάνες θα εκκινήσουν αμέσως μετά την ολοκλήρωση όλων των κατασκευαστικών εργασιών που απαιτούνται σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης και θα έχουν διάρκεια μέχρι την ολοκλήρωση της επένδυσης.
- **24ος έως 30ος μήνας:** Προβολή – Προώθηση – Συμμετοχή σε Εκθέσεις. Η συγκεκριμένη δαπάνη θα εκκινήσει αμέσως μετά την ολοκλήρωση όλων των κατασκευαστικών εργασιών που απαιτούνται σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης και θα έχει διάρκεια μέχρι την ολοκλήρωση της επένδυσης.
- **1ος έως 30ος μήνας:** Δαπάνες τεχνικών μελετών Μηχανικού. Η συγκεκριμένη δαπάνη σχετίζεται με την τεχνική υποστήριξη υλοποίησης του έργου καθώς και με την επίβλεψη της αδείας σχετικά με το έργο και θα έχει διάρκεια από την έναρξη μέχρι την υλοποίηση της επένδυσης.
- **18ος έως 24ος μήνας:** Λογισμικά και Υπηρεσίες Λογισμικού. Οι συγκεκριμένες δαπάνες θα εκκινήσουν αμέσως μετά την ολοκλήρωση όλων των κατασκευαστικών εργασιών που απαιτούνται σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης και θα έχουν διάρκεια μέχρι την ολοκλήρωση της επένδυσης.
- **1ος έως 30ος μήνας:** Δαπάνες σύνταξης και παρακολούθηση υλοποίησης του Επενδυτικού Σχεδίου. Αφορά την συμβουλευτική υποστήριξη του επενδυτικού σχεδίου από εξειδικευμένο σύμβουλο επιχειρηματικότητας και θα έχει διάρκεια από την έναρξη μέχρι την υλοποίηση της επένδυσης.

1.8 SWOT ANALYSIS

1.8.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάλυση SWOT αποτελεί ένα από τα βασικά συστατικά κάθε πλάνου marketing. Επί της ουσίας πρόκειται για ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο το οποίο οδηγεί στην εξαγωγή βασικών πρωταρχικών συμπερασμάτων κατά τη διάρκεια της προκαταρκτικής διερεύνησης. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο το οποίο αξιοποιείται για τον εντοπισμό και την ανάλυση των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν τη βιωσιμότητα κάθε επιχείρησης, προϊόντος, υπηρεσίας ή έργου. Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι μια SWOT analysis δεν αποτελεί μια πλήρη μελέτη, αλλά ένα συμπληρωματικό μέσο με τη βοήθεια του οποίου είμαστε σε θέση να εξάγουμε κάποια πρώτα συμπεράσματα. Για τη σωστή αποτύπωση των δεδομένων σε μια ανάλυση SWOT, είναι απαραίτητη η αντικειμενική αποτίμηση της υπάρχουσας κατάστασης.

Με βάση τα παραπάνω μια ανάλυση SWOT οφείλει να λαμβάνει υπόψιν της, τα εξής:

- **Το εσωτερικό περιβάλλον** (συνθήκες στο εσωτερικό της επιχείρησης)
- **Το εξωτερικό περιβάλλον** (πολιτικό, κοινωνικό, οικονομικό, τεχνολογικό, νομικό, φορολογικό, περιβαλλοντολογικό πλαίσιο)
- **Το περιβάλλον σε σχέση με τον ανταγωνισμό**

1.8.2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Δυνατά σημεία, Αδύνατα σημεία, Ευκαιρίες, Απειλές). Μια ανάλυση SWOT εξετάζει αυτά τα τέσσερα βασικά στοιχεία ενός θέματος. Χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις ούτως ώστε να αξιολογηθεί η υπάρχουσα κατάσταση και να διαμορφωθεί η μελλοντική στρατηγική τους.

Τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει. Ο εντοπισμός τους προκύπτει μέσα από την ανάλυση των λειτουργιών και των συστημάτων της επιχείρησης. Σημειώνεται ότι ο εντοπισμός δυνατών και αδύνατων σημείων πρέπει να πραγματοποιείται τόσο από την εσωτερική οπτική, όσο και από την οπτική των πελατών, προκειμένου τα αποτελέσματα να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο αντικειμενικά.

Από την άλλη, οι ευκαιρίες και οι απειλές απαρτίζονται από μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος. Αυτές τις μεταβλητές η επιχείρηση οφείλει να τις εντοπίσει και είτε να προσαρμοστεί σε αυτές είτε να τις προσαρμόσει στα μέτρα της (αν είναι εφικτό).

Γενικά, κατά την εφαρμογή της ανάλυσης SWOT, επιχειρείται να απαντηθούν ορθολογικά και όσο το δυνατόν πιο ποσοτικοποιημένο τρόπο ερωτήματα για κάθε ερευνώμενη περιοχή.

1.8.2.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Στα Δυνατά σημεία (Strengths) θα καταγράφονται τα εξής:

- Τι πηγαίνει καλά στην επιχείρηση
- Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης
- Σπάνιους και μοναδικούς πόρους της επιχείρησης
- Στοιχεία της επιχείρησης που τη διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό
- Το δυνατό σημείο της επιχείρησης, σύμφωνα με την αγορά

1.8.2.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Στα Αδύνατα σημεία (Weaknesses) θα καταγράφονται τα εξής:

- Τι δεν πηγαίνει καλά στην επιχείρηση
- Εσωτερικές αδυναμίες
- Σημεία που υστερεί έναντι του ανταγωνισμού
- Τι θα πρέπει να αποφευχθεί και τι να βελτιωθεί
- Κάτω από ποιες συνθήκες η επιχείρηση θεωρείται πιο ευάλωτη

- Τυχόν απαιτήσεις της αγοράς που η επιχείρηση αδυνατεί να παρέχει

1.8.2.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Στις ευκαιρίες (Opportunities) θα καταγράφονται τα εξής:

- Όλες οι ευκαιρίες που προκύπτουν σε σχέση με το εξωτερικό περιβάλλον (τεχνολογικές εξελίξεις, επενδυτικά προγράμματα, φορολογικές απαλλαγές, αλλαγές στο κοινωνικό πλαίσιο, πληθυσμιακές μεταβολές κλπ)
- Τάσεις της αγοράς που θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν προς όφελος της επιχείρησης
- Τυχόν αδύνατα σημεία του ανταγωνισμού
- Τυχόν κενά της αγοράς που θα μπορούσε να καλύψει η επιχείρηση

1.8.2.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

Τέλος, στις απειλές (Threats), θα καταγράφονται τα εξής:

- Απειλές που εμφανίζονται στον εξωτερικό περιβάλλον (οικονομική κρίση, αλλαγή νομοθετικού πλαισίου, αύξηση φορολόγησης κ.α.)
- Απειλές σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Εξελίξεις που αν αγνοηθούν , ενδέχεται να θέσουν σε κίνδυνο την επιχείρηση

Τι θα μπορούσε να θέσει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα της επιχείρησης

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Δυνατά σημεία (Strengths)	Αδύνατα σημεία (Weaknesses)
Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά	Απομακρυσμένη γεωγραφική θέση
Τουριστικός προορισμός	Προσωπικό χωρίς ιδιαίτερη εμπειρία
Φυσικό περιβάλλον	Εποχικότητα
Ευνοϊκές καιρικές συνθήκες	Ανεπαρκείς τουριστικές υποδομές
Σύγχρονοι τρόποι διαφήμισης	στην περιοχή Στήριξη στον εσωτερικό τουρισμό που διέπεται από την οικονομική κρίση
Κοντά σε διάφορα τουριστικά θέρετρα	
Παροχή υπηρεσιών	

Χαμηλές τιμές διαμονής σε σχέση με τον ανταγωνισμό "Οικογενειακό" κλίμα Ύπαρξη χωροταξικού σχεδίου για τον τουρισμό στην περιοχή Τοπικά παραδοσιακά προϊόντα	Διστακτική τοπική κοινωνία Μειωμένες επιλογές διασκέδασης και ψυχαγωγίας
Ευκαιρίες (Opportunities)	Απειλές (Threats)
Αύξηση του χειμερινού εσωτερικού τουρισμού στη χώρα Περιοχές της Ελλάδας πλέον θεωρούνται διεθνώς χειμερινοί τουριστικοί προορισμοί Συνεχής βελτίωση υποδομών Δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ για τις επιχειρήσεις Πρωώθηση νέων προτύπων τουρισμού Δημιουργία σχέσεων με την τοπική κοινωνία	Οικονομική κρίση Ενδεχόμενο επιβάρυνσης του φυσικού περιβάλλοντος Αυξανόμενος τουριστικός ανταγωνισμός κατά τη χειμερινή περίοδο Χαλάρωση παραδοσιακών προτύπων

2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

2.1 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

Η Περιφέρεια Ηπείρου καταλαμβάνει το βορειοδυτικό τμήμα της χώρας, έχοντας δυτικά το Ιόνιο Πέλαγος, και βορειοανατολικά την Πίνδο. Αποτελεί τμήμα των ελληνικών συνόρων συνορεύοντας στα βορειοδυτικά με την Αλβανία, ενώ από τα δυτικά γειτνιάζει, μέσω του λιμανιού της Ηγουμενίτσας, με την Ιταλία. Η Περιφέρεια έχει συνολική έκταση 9.203 τ.χλμ. και καλύπτει το 6,97% της συνολικής έκτασης της χώρας. Σύμφωνα με στοιχεία της απογραφής του πληθυσμού 2011, ο πληθυσμός της Περιφέρειας ανέρχεται σε 339.721 μόνιμους κατοίκους, κατέχοντας περίπου το 3,11% του πληθυσμού της Ελληνικής Επικράτειας (10.940.777 κάτοικοι). Βάσει των στοιχείων της ΕΣΥΕ ο πληθυσμός της Περιφέρειας, μεταξύ των δύο τελευταίων απογραφών (2001, 2011) σημείωσε συνολική ποσοστιαία αύξηση της τάξης του 3,99%, αισθητά μεγαλύτερη από την αύξηση του πληθυσμού της Ελλάδας κατά την ίδια περίοδο, η οποία ανέρχεται σε 0,40%. ⁽¹⁾

2.1.1 ΓΕΩΜΟΡΦΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ και ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ

Η γεωμορφολογία της Ηπείρου, χαρακτηρίζεται από το ορεινό ανάγλυφο και την αφθονία των επιφανειακών υδάτων. Αποτέλεσμα είναι το πλούσιο φυσικό περιβάλλον, με δάση, μοναδική χλωρίδα και πανίδα και περιορισμένη αστικοποίηση. Διαθέτει εκτεταμένα παράλια και στις τρεις Περιφερειακές Ενότητες που βρέχονται από τη θάλασσα του Ιονίου Πελάγους και του Αμβρακικού κόλπου. Εκτός από την παράκτια ζώνη, οι ορεινές εκτάσεις στις Περιφερειακές Ενότητες Ιωαννίνων και Άρτας καλύπτουν το 77% της συνολικής έκτασής της περιφέρειας και φιλοξενούν το 33,4% του συνολικού πληθυσμού της ενώ στη ζώνη γεωργικής γης στο νοτιοδυτικό τμήμα της Περιφέρειας (τμήματα των νομών Πρέβεζας και Άρτας) το τοπίο εναλλάσσεται σημαντικά χάρη σε αρδευτικά έργα και τον Αμβρακικό Κόλπο. Στην Περιφέρεια υπάρχει σημαντικός αριθμός ευαίσθητων και προστατευόμενων περιοχών, στις οποίες περιλαμβάνονται δύο γεωπάρκα (Βάλια Κάλντα και Βίκου-Αώου), μια περιοχή RAMSAR (υγροβιότοπος διεθνούς σημασίας) και δύο προστατευόμενα τοπία - αισθητικά δάση (Δάσος Ιωαννίνων & Δάσος Μύτικα, Νικόπολης).

Η Περιφέρεια Ηπείρου είναι ομοιογενής γεωγραφικά αλλά κυρίως όσον αφορά στην κοινωνική δομή, οικονομική δραστηριότητα, νοοτροπία, ήθη και έθιμα. Η οικονομία της Περιφέρειας στηρίζεται κυρίως στο πρωτογενή τομέα και σε πολύ μικρότερο βαθμό σε άλλες οικονομικές δραστηριότητες, κυρίως το εμπόριο και την παροχή υπηρεσιών. Δυστυχώς δεν υπάρχει μεγάλη τουριστική ανάπτυξη στην Περιφέρεια. Ο έντονα γεωργικός χαρακτήρας της Περιφέρειας επηρεάζει άμεσα κάθε μορφής δραστηριότητας των κατοίκων. Ιδιαίτερα όμως επηρεάζεται η οικονομική ζωή του τόπου από την εξέλιξη της γεωργικής οικονομίας και κάθε άλλη οικονομική δραστηριότητα υφίσταται ανάλογες θετικές ή αρνητικές επιπτώσεις από την αύξηση ή την μείωση του γεωργικού εισοδήματος.

2.1.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

Ο σημαντικός αριθμός περιβαλλοντικά αξιόλογων και προστατευόμενων περιοχών με υψηλή οικολογική και αισθητική αξία καθιστούν την περιοχή της Ηπείρου πολύ αξιόλογο προορισμό. Λόγω των γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών και των διαφορετικών κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στις παραθαλάσσιες περιοχές και στην ενδοχώρα της Ηπείρου, έχουν επικρατήσει διαφορετικά πρότυπα τουρισμού. Στις παραθαλάσσιες περιοχές της Πρέβεζας και της Θεσπρωτίας επικρατεί το έντονα εποχικό πρότυπο του μαζικού - παραθεριστικού τουρισμού ενώ σε ολόκληρη την Π.Ε. Ιωαννίνων, στις ορεινές περιοχές των άλλων Π.Ε. και στην περιοχή του Αμβρακικού κόλπου προωθείται το πρότυπο των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, για την προώθηση των οποίων η Περιφέρεια έχει αναπτύξει εξαιρετικές προϋποθέσεις και σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Συνοψίζοντας λοιπόν, καταλήγουμε ότι η φυσική ομορφιά που διαθέτει η περιοχή της Ηπείρου αλλά και το πολυποίκιλο πολιτιστικό υπόβαθρο της μπορεί για να φιλοξενήσει πολλά από τα είδη τουρισμού, όπως:

- **Θεματικός και Εναλλακτικός τουρισμός**
- **Τουρισμός φύσης (οικοτουρισμός – αγροτουρισμός)**
- **Θαλάσσιος Τουρισμός**
- **Αθλητικός Τουρισμός**
- **Πολιτισμικός Τουρισμός**

- Εκπαιδευτικός Τουρισμός
- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Αστικός Τουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Ιαματικός και θεραπευτικός τουρισμός

Το τουριστικό προϊόν της Ηπείρου είναι ιδιαίτερα πλούσιο και αποτελείται τόσο από άυλους όσο και υλικούς πόρους που με τις όποιες αδυναμίες και τα προβλήματα του, εξακολουθεί να είναι ιδιαίτερο και μοναδικό. Το οικονομικό περιβάλλον της Ηπείρου, με την πιο ευρεία έννοιά του, δηλαδή το φυσικό περιβάλλον και τα προϊόντα του, η παράδοση και η πολιτιστική κληρονομιά αποτελεί για την Περιφέρεια της Ηπείρου ένα "αυτοτελές" συγκριτικό πλεονέκτημα "πράσινου επιχειρείν". Η μικρή και μεσαία επιχειρηματικότητα, ο κύριος πρεσβευτής της Ηπείρου, δύναται να μπολιαστεί με πρωτοπόρες ιδέες, ενός πολυδυναμικού εναλλακτικού μοντέλου αναψυχής και να αξιοποιήσει εκείνα τα στοιχεία της παράδοσης, του πολιτισμού και του φυσικού κεφαλαίου. ⁽²⁾⁽³⁾

2.2 Π.Ε. ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Η Π.Ε. Ιωαννίνων (πρ. Νομός) είναι μια από τις μεγαλύτερες της χώρας μας και η μεγαλύτερη από τις υπόλοιπες τρεις της Περιφέρειας Ηπείρου, της οποίας καταλαμβάνει πάνω από τη μισή έκταση. Απλώνεται στο ΒΔ τμήμα της Ηπείρου ανάμεσα στην Αλβανία, την Π.Ε. Θεσπρωτίας, τις Π.Ε. Άρτας και Πρέβεζας, την Π.Ε. Τρικάλων Θεσσαλίας, τις Π.Ε. Κοζάνης και Γρεβενών της Δυτ. Μακεδονίας και την Π.Ε. Καστοριάς της Δυτ. Μακεδονίας.. Είναι μια από τις πιο ορεινές περιοχές της χώρας μας, αφού καταλαμβάνεται από τα δυτικά παρακλάδια της Πίνδου και από άλλες μικρότερες οροσειρές. ⁽⁴⁾

2.2.1 ΦΥΣΙΚΟΣ ΠΛΟΥΤΟΣ

Τα βουνά καλύπτονται από αρκετά δάση, μέσα στα οποία βρίσκουν καταφύγιο πολλά άγρια και ήμερα ζώα. Επίσης, από τα βουνά πηγάζουν μεγάλοι ποταμοί (Άραχθος, Αχέροντας, Αώος, κ.α.), οι οποίοι έχουν δημιουργήσει φαράγγια και άλλα καταπληκτικά φυσικά τοπία. Η Π.Ε. Ιωαννίνων έχει και αρκετές φυσικές λίμνες (Παμβώτιδα, Βυρού, Ζαραβίνα, Δρακόλιμνες, κ.ά.), καθώς και μία τεχνητή (Αώου) που σχηματίστηκε με φράγμα κοντά στις πηγές του ποταμού για παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας. Παρά το γεγονός ότι πρόκειται για μία κυρίως ορεινή περιοχή, υπάρχουν και ορισμένες πεδιάδες, με σημαντικότερη και μεγαλύτερη αυτή των Ιωαννίνων που απλώνεται γύρω από τη λίμνη και πάνω από την πόλη.

2.2.2 ΑΣΧΟΛΙΕΣ ΚΑΤΟΙΚΩΝ και ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το φυσικό τοπίο επηρεάζει και τις ασχολίες, πολλές από τις οποίες γίνονται ακόμα με τον παραδοσιακό τρόπο. Έτσι, μία από τις βασικές είναι η κτηνοτροφία. Άλλη παραδοσιακή ασχολία είναι η γεωργία με παραγωγή κυρίως σε δημητριακά, όσπρια και φρούτα. Επίσης, αρκετά ανεπτυγμένη είναι και η δασοκομία. Η βιοτεχνία και η οικοτεχνία λαϊκής τέχνης,

που κάποτε ήταν μια από τις πιο προσοδοφόρες ασχολίες, σήμερα έχει περιοριστεί σχεδόν μόνο στα ασημικά και στα υφαντά, ενώ τελευταία χρόνια παρουσιάζει κάποια ανάπτυξη και η βιομηχανία. Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί-και εξακολουθεί να αναπτύσσεται- και ο τουρισμός, καθώς όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η περιοχή έχει μεγάλο αριθμό τουριστικών πόρων.

Πιο συγκεκριμένα, ο κύριος τομέας δραστηριότητας των κατοίκων του νομού Ιωαννίνων είναι ο τριτογενής τομέας (51,8%), με τον κλάδο των ξενοδοχείων να συγκεντρώνει το 5,8% της απασχόλησης. Ακολουθεί ο δευτερογενής (20,2%), με τις επιχειρήσεις μεταποίησης και ο πρωτογενής τομέας (11,6%) με τη γεωργία – κτηνοτροφία (ΕΣΥΕ 2001). Από τα ανωτέρω στοιχεία, προκύπτει ότι οι κάτοικοι του Νομού Ιωαννίνων, αρχίζουν να εγκαταλείπουν τον πρωτογενή τομέα και στρέφονται προς τους τομείς των υπηρεσιών. Ο κλάδος των τουριστικών επιχειρήσεων, φαίνεται να είναι περισσότερο ελκυστικός και κατ' επέκταση η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη στις περιοχές αυτές θα τονώσει την απασχόληση.

Οι τουριστικοί πόροι, συνδυαζόμενοι κατά ενότητες στο χώρο έχουν συγκροτηθεί σε τουριστικές ζώνες, που είναι αποδεκτές από πολλές κατηγορίες τουριστών (ορειβάτες, περιηγητές, φυσιολάτρες, κυνηγοί, ερευνητές κ.λ.π.) και σήμερα συγκροτούν το παρακάτω σύμπλεγμα Ιωαννίνων - Δωδώνης - Μετσόβου - Ζαγορίου - Κόνιτσας - Πωγωνίου - Τζουμέρκων - Αράχθου - Λούρου. Η ιδιαιτερότητα και η πολλαπλότητα των τουριστικών αυτών ζωνών, συνετέλεσαν στην ύπαρξη σημαντικής τουριστικής κίνησης, τα τελευταία χρόνια, ακόμη και τους χειμερινούς μήνες, κάτι που δεν συναντάται σε άλλες περιοχές.

2.3 ΔΗΜΟΣ ΜΕΤΣΟΒΟΥ

2.3.1 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΟΙΚΙΣΜΟΣ

Το Μέτσοβο αποτελεί μία από τις πιο χαρισματικές περιοχές της χώρας που έχουν καταφέρει να διατηρήσουν τον παραδοσιακό τους χαρακτήρα σχεδόν ανέπαφο όπως επίσης και το φυσικό περιβάλλον δεν έχει επηρεαστεί στο βαθμό που παρατηρείται στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το κλίμα, το βιοκλίμα, η μορφολογία του εδάφους και τα ρέοντα φυσικά νερά χωρίς κατάλοιπα χημικών ή άλλων επιβλαβών ουσιών, η χλωρίδα και κυρίως τα βότανα είναι οι κυριότεροι παράγοντες που καθιστούν τις περιοχές αυτές ιδανικούς προορισμούς.

Ο παραδοσιακός οικισμός είναι χτισμένος σε υψόμετρο 1.200 μέτρων σε ένα εντυπωσιακό τοπίο γεμάτο πράσινο, ακριβώς στο σημείο όπου χωρίζεται η Βόρεια Πίνδος από τη Νότια. Οι 3 χιλιάδες κάτοικοι του παραδοσιακού οικισμού του Μετσόβου, έχουν ως κύρια ασχολία τους την κτηνοτροφία, ενώ τα τελευταία χρόνια σημειώνεται σημαντική αύξηση και στο επίπεδο του τουρισμού. Η περιοχή είναι ιδιαίτερα γνωστή για τα γραφικά της σπίτια, τα σημαντικά μοναστήρια της περιοχής και την πολιτιστική της κληρονομιά. Στο παρελθόν πολλοί κάτοικοι των Ζαγοροχωρίων και του Μετσόβου αναγκάστηκαν- κατά τη διάρκεια κρίσιμων ιστορικών στιγμών- να μεταναστεύσουν. Παρόλα αυτά, οι απογραφές των τελευταίων ετών, εμφανίζουν αύξηση του πληθυσμού στις περιοχές αυτές, ενώ σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος, οι γεννήσεις εμφανίζουν μικρή αύξηση.⁽⁵⁾

2.3.2 ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ και ΑΣΧΟΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ

Αν και πρόκειται για μία σχετικά μικρή σε έκταση περιοχή, τόσο η φυσική ομορφιά, όσο και η παραδοσιακή ατμόσφαιρα έχουν συμβάλει στο να θεωρείται ένας από τους κορυφαίους προορισμούς στη χώρα, κυρίως τη χειμερινή περίοδο. Βέβαια, η χλωρίδα της περιοχής φαίνεται να εντυπωσιάζει τους εκδρομείς όλο τον χρόνο με ένα εντελώς διαφορετικό τοπίο, γεγονός έχει ως αποτέλεσμα την προσέλκυση κόσμου σχεδόν όλο το χρόνο. Επίσης, υπάρχουν σημαντικά μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς και διάφορες ασχολίες που αποτελούν πόλο έλξης για μεγάλο κομμάτι επισκεπτών. Άρα, εκτός από τη φυσική ομορφιά, η περιοχή έχει και πολιτισμικό ενδιαφέρον, ενώ παράλληλα είναι σε θέση να προσφέρει και εναλλακτικούς τρόπους ψυχαγωγίας στους επισκέπτες της. Παρακάτω αναφέρονται κάποιοι από τα σημαντικότερους προορισμούς:

- **Λαογραφικό Μουσείο Τσανάκα:** Στεγάζεται στο παλαιό πέτρινο αρχοντικό οίκημα της οικογένειας Βενέτη στην περιοχή του Αγίου Γεωργίου (Γρηγορίου Τσανάκα 1) και είναι μουσείο μεσοβίτικης – βλάχικης τέχνης του Μετσόβου. Η αποπεράτωση των εργασιών αναστήλωσης και η επιμέλεια του Μουσείου ανατέθηκε στο Χορευτικό Σύλλογο Μετσόβου το Φεβρουάριο του 2013. Στα εκθέματα του μουσείου περιλαμβάνονται αντικείμενα των οικογενειών Βενέτη και Τσανάκα καθώς και πολλών οικογενειών του Μετσόβου (σωζόμενα χειρόγραφα αρχεία από τον 17ο αιώνα και μετέπειτα, επιστολές, τούρκικα χοτζέτια, φωτογραφικό υλικό, συλλογή βιβλίων με αναφορά στο Μέτσοβο και τους βλάχους, χάλκινα και ξύλινα σκεύη οικιακής χρήσης, υφαντά, αργαλειοί). Υπάρχουν επίσης δύο εκθεσιακοί χώροι όπου εκτίθενται παλαιά συλλογή υφαντών, μαξιλαριών και κεντημάτων του 19ου αιώνα, όπως και ο χώρος επεξεργασίας του μαλλιού μέχρι το στάδιο της κατασκευής των υφαντών-μαξιλαριών και μάλλινων ενδυμάτων.
- **Πινακοθήκη Ε. Αβέρωφ:** Η Πινακοθήκη Ε. Αβέρωφ είναι μουσείο νεοελληνικής τέχνης. Λειτουργεί στο Μέτσοβο από τον Αύγουστο του 1988. Σήμερα, αρκετά χρόνια μετά την ίδρυσή της, τα έργα της Συλλογής έχουν υπερδιπλασιαστεί σε αριθμό. Έχει σε μόνιμη έκθεση αντιπροσωπευτικά έργα των σημαντικότερων Ελλήνων ζωγράφων, χαρακτών και γλυπτών του 19ου και του 20ού αιώνα. Η Συλλογή έργων τέχνης του μουσείου θεωρείται μια από τις πληρέστερες και σημαντικότερες αυτής της περιόδου. Εκτός από τη Μόνιμη Έκθεση, διοργανώνονται περιοδικές εκθέσεις – θεματικές, αναδρομικές, ομαδικές ή άλλες ειδικότερου ενδιαφέροντος– με έργα που συγκεντρώνονται από άλλα μουσεία και ιδιωτικές συλλογές της χώρας ή του εξωτερικού. Άλλες δραστηριότητες περιλαμβάνουν την οργάνωση επιστημονικών συμποσίων, ημερίδων, ξεναγήσεων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων και δημιουργικών εργαστηρίων, ενώ το Παιδικό Εργαστήρι της Πινακοθήκης λειτουργεί σε τακτική βάση για τα παιδιά της περιοχής. Πλούσια είναι τέλος και η εκδοτική δραστηριότητα του μουσείου.
- **Λαογραφικό Μουσείο Μετσόβου:** Το μουσείο Λαϊκής τέχνης βρίσκεται μέσα στο Μέτσοβο και στεγάζεται στο ανακαινισμένο Αρχοντικό Τοσίτσα. Αποτελεί δείγμα οργάνωσης και λειτουργίας παλαιού Μεσοβίτικου Αρχοντικού. Το μουσείο φιλοξενεί έναν ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό παλαιών αντικειμένων τεράστιας αξίας. Ο επισκέπτης εκτός του ότι έχει τη δυνατότητα να περιεργαστεί μια σειρά αντικειμένων καθημερινής χρήσης, μπορεί να περιηγηθεί στους εσωτερικούς χώρους ενός πραγματικού Μεσοβίτικου αρχοντικού και να αντιληφθεί την αρχιτεκτονική του.

- **Αβερώνφειος Κήπος:** ο κεντρικός δρόμος της πλατείας Μετσόβου οδηγεί στον Αβερώνφειο Κήπο. Πρόκειται για ένα πανέμορφο πάρκο πλημμυρισμένο από δέντρα και φυτά που αποτελούν ολόκληρη τη χλωρίδα της Πίνδου. Εκεί θα μπορέσετε να θαυμάσετε μία εξαιρετική μικρογραφία της Πίνδου φτιαγμένη με μεράκι και πολύ κόπο. Στον κήπο υπάρχουν πεύκα, έλατα, οξιές, ρόμπολα, πουρνάρια και πολλά άλλα είδη δέντρων και θάμνων που φύονται στην περιοχή. Πέραν του περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, το συγκεκριμένο πάρκο συνδυάζει και την αναψυχή.
- **Μουσείο υδροκίνησης:** Το Υπαίθριο Μουσείο Υδροκίνησης, στο Ανθοχώρι Μετσόβου, προβάλλει τη σημασία της υδροκίνησης στην παραδοσιακή κοινωνία. Πρόκειται για ένα υπαίθριο μουσείο με παλαιούς ανακατασκευασμένους νερόμυλους, νεροτριβές και μαντάνια. Εστιάζει στις βασικές προβιομηχανικές τεχνικές που εκμεταλλεύεται κι αξιοποιεί τη δύναμη του νερού για την παραγωγή ποικίλων προϊόντων και τις συνδέει με την ιστορία και την καθημερινότητα της τοπικής κοινωνίας στο πέρασμα του χρόνου. Είναι ιδιαίτερα προσεγμένο, πλαισιωμένο από πολύ όμορφα γραφικά καλντερίμια και μικρές γέφυρες.
- **Νερόμυλος Γκίνα:** Πολλοί νερόμυλοι διατηρούνται σε καλή κατάσταση σήμερα, όπως ο νερόμυλος του Γκίνα. Βρίσκεται σε σχετικά μικρή απόσταση από το Μέτσοβο, στις όχθες του ποταμού Άραχθου και είναι ένας από τους γνωστότερους νερόμυλους της περιοχής ενώ η σύνδεσή του με το Μέτσοβο και με το παρακείμενο μοναστήρι της κοιμήσεως της Θεοτόκου γίνεται με ένα γραφικό λιθόστρωτο καλντερίμι. Έχει χαρακτηριστεί ως ιστορικό διατηρητέο μνημείο.
- **Περιπατητικά Μονοπάτια στο Μέτσοβο:** Οι διαδρομές που προσφέρονται με αφετηρία το Μέτσοβο είναι πάρα πολλές και έχουν κλιμακωτή δυσκολία, σε μια από τις πιο όμορφες περιοχές της Ηπείρου: το Μέτσοβο και τον Εθνικό Δρυμό της Βάλια Κάλντα. Από το Μέτσοβο ξεκινούν έξι διαφορετικές διαδρομές μοναδικής ομορφιάς, ενώ διεξάγεται και ο αγώνας ορεινού τρεξίματος Metsono Race.
- **Μετσοβίτικος ποταμός:** Ο ποταμός Μετσοβίτικος πηγάζει στην περιοχή της Κατάρας και του Ανηλίου. Είναι παραπόταμος του Αράχθου, με τον οποίο ενώνεται στο ύψος της Μπαλντούμας. Στην πορεία του συναντά τα νερά της λίμνης των πηγών του Αώου στο ύψος της Χρυσοβίτσας, με τη λειτουργία ενός υδροηλεκτρικού σταθμού. Το τοπίο είναι ιδιαίτερα επιβλητικό καθώς περιτριγυρίζεται από ψηλά βουνά και πυκνά δάση που αποτελούν καταφύγιο πολλών ειδών της πανίδας της περιοχής. Στο δρόμο που οδηγεί από το Βοτονόσι στο Ανθοχώρι, δίπλα από την νέα γέφυρα, βρίσκεται το πέτρινο γεφύρι Μπαμπά. Πρόκειται για ένα δίτοξο γεφύρι με μία ψευδοκαμάρα, η οποία δεν είναι πλέον ιδιαίτερα εμφανής.
- **Χιονοδρομικά κέντρα:** Στην περιοχή υπάρχουν και 2 χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία βρίσκονται σε σχετικά κοντινή απόσταση από τον παραδοσιακό οικισμό.
- **Άλλες αθλητικές δραστηριότητες:** Η περιοχή λόγω του φυσικού της πλούτου, είναι σε θέση να προσφέρει και διάφορες εναλλακτικές δραστηριότητες. Κάποιες εξ αυτών είναι οι: ιππασία, rafting, ιστιοπλοΐα, αναρρίχηση, canoe- kayak, gappel, σπηλαιολογία, SUP, κ.α.

- **Λίμνη Πηγών Αώου:** Η τεχνητή λίμνη των πηγών του Αώου έχει έκταση περίπου 8,5 τετραγωνικά χλμ και βρίσκεται σε υψόμετρο 1.300 μέτρων. Κατασκευάστηκε το 1987 στο οροπέδιο Πολιτσές με σκοπό την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας. Στην πορεία η λίμνη εξελίχθηκε σε έναν ιδιαίτερα σημαντικό βιότοπο για την περιοχή. Τα νερά της λίμνης, τα οποία έχουν εμπλουτιστεί με ψάρια και ασκείται σ' αυτά περιορισμένη ερασιτεχνική αλιεία, διοχετεύονται στον ποταμό Μετσοβίτικο στο ύψος της Χρυσοβίτσας.
- **Μονή Αγίου Νικολάου:** κτισμένη στα νοτιοδυτικά του Μετσόβου, κοντά στην όχθη του Μετσοβίτικου ποταμού, υπήρξε ένα από τα σημαντικότερα μοναστήρια της περιοχής. Η ίδρυσή της ανάγεται στη βυζαντινή εποχή, καθώς τον 14ο αι. γίνεται για πρώτη φορά λόγος για το μοναστήρι και τον ηγούμενό του Ησαΐα. Στη μακραίωνη ιστορία του επισκευάστηκε αρκετές φορές, ωστόσο ανακαινίστηκε ριζικά γύρω στο 1700. Η σημερινή του μορφή οφείλεται στις αναστηλωτικές εργασίες που έγιναν γύρω στα 1960. Το καθολικό του μοναστηριού είναι καμαροσκέπαστο. Οι τοιχογραφίες εσωτερικά διατηρούνται σε σχετικά καλή κατάσταση. Διακρίνονται δύο φάσεις ζωγραφικής, στην πρώτη από τις οποίες ανήκει το μεγαλύτερο μέρος των τοιχογραφιών του ναού που χρονολογούνται στις αρχές του 18ου αι. και στη δεύτερη φάση ανήκουν οι τοιχογραφίες του δυτικού τμήματος του ναού, στις οποίες παρατηρούνται έντονες οι δυτικές επιδράσεις και οι οποίες χρονολογικά είναι προγενέστερες, πιθανότατα του 17ου αιώνα.
- **Εκκλησίας Αγίας Παρασκευής:** Η εκκλησία της Αγ. Παρασκευής βρίσκεται στο Μέτσοβο – στο κέντρο του οικισμού – και αποτελεί ίσως τον πιο αξιόλογο ναό του. Ο ναός της Αγίας Παρασκευής, εκτός του πνευματικού και λατρευτικού του χαρακτήρα, είναι και ένα λαμπρό πολιτιστικό μνημείο που εντυπωσιάζει τους επισκέπτες. Μεγάλης καλλιτεχνικής αξίας είναι το τέμπλο του ναού, που φιλοτεχνήθηκε από Μετσοβίτες ξυλογλύπτες το 1730. Τα σκαλισματα του τέμπλου παριστάνουν διάφορα επεισόδια από την Παλαιά και Καινή Διαθήκη καθώς και διάφορα διακοσμητικά στοιχεία.
- **Εθνικός Δρυμός Πίνδου (Βάλια Κάλντα):** Ο Εθνικός Δρυμός Πίνδου περιλαμβάνει την κοιλάδα της Βάλια Κάλντα, στη βλάχικη διάλεκτο σημαίνει ζεστή κοιλάδα, το Αρκουδόρεμα, και τα βουνά Λύγκος και Μαυροβούνι, μέχρι τις κορυφές του βουνού Αυγό. Έχει συνολική έκταση 60,000 στρέματα και χαρακτηρίζεται μοναδικός από οικολογικό και ερευνητικό ενδιαφέρον. Η αξία της περιοχής της Βάλια Κάλντα και η ανάγκη προστασίας της έχει αναγνωρισθεί όχι μόνο με την κήρυξη της σαν Εθνικό Δρυμό από το 1966 αλλά και σε πανευρωπαϊκή κλίμακα με την ένταξη της στο δίκτυο των ιδιαίτερα προστατευομένων περιοχών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το τοπίο είναι εντυπωσιακό με μεγάλες ομαλές εκτάσεις για ξεκούραστο περίπατο αλλά και απότομες βραχώδεις πλαγιές με ορμητικά ρέματα. Η θέα είναι μαγευτική από τις κορυφές Φλέγγα (2.159 μ.), Αυτιά (2.082 μ.) και Αυγό (2,170) που καλύπτονται από γέρικα κεραυνοβολημένα ρόμπολα (ευδιαστό είδος πεύκου). Στα υπαλπικά υψίπεδα του βουνού Μαυροβουνίου στη Φλέγγα, σε υψόμετρο 1960 μ. και 1940 μ. σχηματίζονται δύο εντυπωσιακές μικρές λίμνες. Οι λίμνες αυτές που αποτελούν το σύμβολο της περιοχής συνδέονται με πολλούς θρύλους. Τα πυκνά δάση, οι ορμητικοί χείμαρροι και οι απότομοι γκρεμοί προσελκύουν εκατοντάδες επισκέπτες απ' όλη την Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό.

3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός, σε αντίθεση με τις περισσότερες μεταποιητικές δραστηριότητες ή τις δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα, αποτελεί οριζόντια δραστηριότητα και όχι κάθετη. Δηλαδή, ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα που οριοθετείται από την πλευρά της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών ενώ οι μεταποιητικές δραστηριότητες ή δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα αποτελούν δραστηριότητες παραγωγής και προσφοράς προϊόντων. Ο Κλάδος του Τουρισμού σημείωσε εντυπωσιακή ανάκαμψη το 2013. Στη συνέχεια σημείωσε εντυπωσιακές επιδόσεις το 2014 και το 2015, τόσο όσον αφορά τις αφίξεις μη κατοίκων στη χώρα, όσο και τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό και την

κρουαζιέρα. Ο τουρισμός και οι εξαγωγές αγαθών αναμένεται να είναι οι βασικοί τομείς που θα συμβάλουν στην ανάκαμψη και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στα επόμενα χρόνια. Η πορεία ανάπτυξης του τουρισμού στην περίοδο 2013-2015 οφείλεται τόσο στις σχετικά ευνοϊκές συνθήκες ανάπτυξης στις χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού και σε σημαντικές γεωπολιτικές εξελίξεις, αλλά κυρίως οφείλεται στη σημαντική βελτίωση της εικόνας της Ελλάδος ως «ασφαλούς προορισμού» στο εξωτερικό και στην αλλαγή της κατεύθυνσης της οικονομικής πολιτικής της χώρας με τις εκ βάθρων μεταρρυθμίσεις σε όλους τους τομείς και την κατακόρυφη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των κλάδων της οικονομίας που παράγουν διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα. Αρνητικός παράγων στην ανάπτυξη του τουρισμού και της οικονομίας γενικότερα παραμένει η υπέρμετρη φορολογική επιβάρυνση τόσο από τους έμμεσους όσο και από τους άμεσους φόρους. Παρακάτω αναλύεται αρχικά η θέση του Ελληνικού Τουρισμού σε διεθνές επίπεδο, έτσι όπως δίνεται από διάφορες επίσημες πηγές, αλλά και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία, ενώ λαμβάνονται υπ' όψιν κι οι παράγοντες ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού τουρισμού.⁽⁶⁾

3.1.1 ΘΕΣΗ ΔΙΕΘΝΩΣ

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει εκτόξευση της τουριστικής κίνησης την επόμενη δεκαετία σε διεθνές επίπεδο. Ο αριθμός των τουριστών αναμένεται να σημειώσει περαιτέρω άνοδο, 3,3% κατά μέσο όρο ετησίως μέχρι και το 2030... χρονιά που υπολογίζεται πως σε όλο τον κόσμο θα ταξιδέψουν 1,8 δισ. τουρίστες. Η έκθεση επιχειρεί μια παγκόσμια καταγραφή των δημοφιλέστερων προορισμών διεθνώς, τόσο σε επίπεδο επισκεψιμότητας και εισπράξεων, τόσο και σε μερίδιο αγοράς, στην οποία ξεχωριστή θέση κατέχει η Ελλάδα. Η έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού αναφέρει πως πέρσι η άνοδος στον αριθμό των επισκεπτών έφτασε το 5%. Η χώρα, σύμφωνα και με το Βαρόμετρο του ΠΟΤ κατέχει την 14η θέση με βάση τις αφίξεις, την 23η με βάση τα έσοδα και έρχεται έβδομη όσον αφορά το πλεόνασμα ταξιδιωτικού ισοζυγίου. Επίσης, σύμφωνα με το Υπουργείο τουρισμού, η χρονιά που πέρασε ήταν μία από τις καλύτερες σε επιδόσεις στη χρονιά του Ελληνικού τουρισμού, με τις διεθνείς αφίξεις να αγγίζουν τα 33 εκατομμύρια και τα συνολικά έσοδα να ξεπερνούν τα 21 δισεκατομμύρια ευρώ. Μάλιστα, σύμφωνα με την έκθεση *Travel and Tourism Competitiveness Report* του World Economic Forum (WEF), τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα βρίσκεται σχεδόν μόνιμα στους 30 κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς με τη θέση της μάλιστα να βελτιώνεται (24η το 2017 από 30η το 2015).

3.1.2 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός αποτελεί τα τελευταία χρόνια για την ελληνική οικονομία το ανάχωμα στην ύφεση, καθώς είναι ένας από τους λίγους τομείς που παρουσιάζουν επενδυτικό ενδιαφέρον. Ως ένας κλάδος που έχει τη δυνατότητα να δώσει άμεσα απτά αποτελέσματα, θεωρείται ότι μπορεί να αποτελέσει βασικό μοχλό για την επάνοδο της χώρας στην ανάπτυξη. Λόγω δε της μεγάλης διασποράς των τουριστικών προορισμών ανά την χώρα, ο τουρισμός παίζει καταλυτικό ρόλο στην διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος σε πολλές περιφέρειες της χώρας.⁽⁷⁾

3.1.2.1 ΠΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Πριν δούμε την αλληλεπίδραση τουρισμού- οικονομίας, οφείλουμε να αναφέρουμε τους 3 βασικούς παράγοντες ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού τουρισμού. Και οι 3 είναι

ιδιαίτερα σημαντικοί για να κατανοήσουμε το γιατί ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει συνεχιζόμενη ανάπτυξη και προσελκύει ολοένα και περισσότερο το επενδυτικό ενδιαφέρον, αλλά και για να μπορέσουμε να βελτιώσουμε τις δραστηριότητες στη σωστή κατεύθυνση.

- Πρώτο βασικό παράγοντα ανταγωνιστικότητας αποτελεί το σχετικό κόστος εργασίας. Η αυτοδύναμη ανάπτυξη του τουρισμού έχει σημαντικές θετικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη των άλλων κλάδων παραγωγής και ιδιαίτερα εκείνων που είναι επίσης εκτεθειμένοι στο διεθνή ανταγωνισμό. Εν ολίγοις, το σχετικό κόστος εργασίας ως παράγοντας ανταγωνιστικότητας δεν αναφέρεται μόνο στις εργασιακές σχέσεις που διαρθρώνονται στο πλαίσιο των τουριστικών δραστηριοτήτων, αλλά στο σύνολο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που έχει η χώρα στο συγκεκριμένο τομέα. Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί ότι η ανταγωνιστικότητα ως προς το σχετικό κόστος εργασίας είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει τις τουριστικές επιδόσεις, αλλά όχι ο μοναδικός. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Τουρκία, στην οποία αν και υπήρξε πτώση της τιμής των τουριστικών υπηρεσιών, δε μεταφράστηκε σε αύξηση των μεγεθών διότι στην περίπτωση αυτή ο πιο σημαντικός παράγων αποδεικνύεται ο «ασφαλής προορισμός».
- Δεύτερος παράγοντας είναι η υπέρμετρη φορολογική επιβάρυνση. Τα σημαντικά κέρδη ανταγωνιστικότητας για τον ελληνικό τουρισμό που προκύπτουν από τη εσωτερική υποτίμηση του REERULC (σχετικό Κόστος Εργασίας Ανά μονάδα Προϊόντος) στην περίοδο 2010 - 2015, αντισταθμίζονται σε σημαντικό βαθμό από την υπέρμετρη φορολογική Επιβάρυνση του Τουρισμού και των άλλων παραγωγικών κλάδων της χώρας. Σύμφωνα με υπολογισμούς του οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%. Η Ελλάδα έχει τις μεγαλύτερες φορολογικές επιβαρύνσεις και κατά συνέπεια έχει τα περισσότερα φορολογικά αντικίνητρα για την ανάπτυξη του τουρισμού σε σχέση με τις λοιπές ανταγωνίστριες χώρες. Επιπλέον, προκειμένου να παρθεί απόφαση για επενδύσεις στην Ελλάδα συνυπολογίζεται και η αστάθεια στο φορολογικό και οικονομικό περιβάλλον, καθώς και την πολυπλοκότητα της φορολογικής νομοθεσίας σε αντίθεση με τις λοιπές ανταγωνίστριες χώρες οι οποίες παρουσιάζουν ένα σχετικά σταθερότερο φορολογικό πλαίσιο.
- Τρίτος και τελευταίος παράγοντας είναι το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον. Σύμφωνα με το “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015” του World Economic Forum (WEF), η Ελλάδα κατατάσσεται 31η θέση (επί συνόλου 141 χωρών) ως προς την ανταγωνιστικότητά της στον τουρισμό. Όμως, αναλύοντας τους επιμέρους δείκτες παρατηρούμε ότι κατατάσσεται μόλις στην 104η θέση ως προς την καταλληλότητα του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (δικαιώματα ιδιοκτησίας, δικαιοσύνη, φορολογικό σύστημα, πολιτική ανταγωνισμού, ελκυστικότητα στις Ξένες Άμεσες επενδύσεις, κ.ά.) που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που επιχειρούνται στη χώρα. Επίσης, σύμφωνα με πρόσφατη ανάλυση της τράπεζας Berenberg και του Lisbon Council, βασισμένη σε στοιχεία του ΟΟΣΑ, η Ελλάδα εξακολουθεί να ηγείται στις μεταρρυθμίσεις που έχει υλοποιήσει, και μάλιστα με σημαντική διαφορά από την Ισπανία, την Πορτογαλία και την Ιρλανδία που ακολουθούν.⁽⁸⁾

3.1.2.2 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ

Ελλείπει στοιχείων για την περιφερειακή κατανομή της συνολικής τουριστικής δαπάνης, η εκτίμησή της γίνεται προσεγγιστικά, βάσει της κατανομής των εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού. Τα στοιχεία αυτά συγκρίνονται με την εκτίμηση του ΑΕΠ της κάθε Περιφέρειας, λαμβάνοντας υπόψιν αφενός το ΑΕΠ του 2017 και αφετέρου την τελευταία διαθέσιμη % κατανομή (στοιχεία 2015). Λόγω της προσεγγιστικής φύσης των στοιχείων του πίνακα, η εικόνα που αναδεικνύει είναι κατά κύριο λόγο ενδεικτική. Παρόλα αυτά είναι εντυπωσιακή η συμμετοχή του τουρισμού στην διαμόρφωση του ΑΕΠ του Νοτίου Αιγαίου (76,8%), της Κρήτης (47,4%) και των Ιόνιων Νήσων (73,0%). Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει το γεγονός ότι - εξαιρούμενης της Αττικής - το Νότιο Αιγαίο, με κύρια οικονομική δραστηριότητα τον τουρισμό, έχει το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ ενώ επίσης η Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά έχουν από τα υψηλότερα.

Περιφέρεια	% κατανομή εσόδων εισερχόμενου τουρισμού 2017	αναλογία άμεσης τουριστικής δαπάνης 2017 - σε € εκ.	% Κατανομή ΑΕΠ Περιφέρειας 2017* - σε € εκ.	άμεση συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ Περιφέρειας με στοιχεία 2017	κατά κεφαλήν ΑΕΠ 2015 - σε €
Ν. Αιγαίο	25,7%	4.706	6.127	76,8%	18.153
Κρήτη	23,0%	4.199	8.858	47,4%	13.912
Αττική	14,7%	2.683	85.055	3,2%	22.192
Κεντ. Μακεδονία	13,0%	2.386	23.908	10,0%	12.557
Ιόνια Νησιά	12,5%	2.286	3.132	73,0%	15.039
Πελοπόννησος	2,2%	396	7.840	5,0%	13.358
Θεσσαλία	2,0%	373	9.139	4,1%	12.393
Αν. Μακεδονία & Θράκη	2,0%	363	6.815	5,3%	11.164
Ήπειρος	1,5%	279	3.918	7,1%	11.500
Δυτ. Ελλάδα	1,1%	205	8.180	2,5%	12.097
Β. Αιγαίο	1,2%	215	2.501	8,6%	12.582
Στερεά Ελλάδα	0,8%	146	7.923	1,8%	14.117
Δυτ. Μακεδονία	0,3%	58	4.339	1,3%	15.642
Σύνολο Χώρας	100,0%	18.295	177.735	10,3%	16.294

3.1.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Μεγάλη σημασία έχει να αναφερθεί η σχέση μεταξύ τουρισμού και απασχόλησης. Χαρακτηριστικά, η απασχόληση στους τομείς παροχής υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης το 2014 και το 2015 αυξήθηκε περισσότερο από την αύξηση της συνολικής απασχόλησης για τα ίδια έτη, με αποτέλεσμα η συμβολή της στη συνολική απασχόληση να αυξηθεί. Βέβαια, είναι προφανές ότι πρόκειται για μερική απασχόληση όσον αφορά τους απασχολούμενους σε τουριστικούς κλάδους. Παρόλα αυτά φαίνεται να υπάρχει σημαντική συμβολή του τουρισμού στην αύξηση της απασχόλησης και σε άλλους τομείς της οικονομίας (χονδρικό και λιανικό εμπόριο και επισκευές, μεταφορές και αποθήκευση, ενημέρωση και επικοινωνία, επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες, εκπαίδευση, υγεία, Τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, κ.ά.) οι οποίοι σημείωσαν αύξηση κατά την περίοδο 2011 - 2015. Έτσι, η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση στην Ελλάδα εκτιμάται στο 18,9% της συνολικής απασχόλησης το 2015, από 14,9% το 2010.

Η άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στη συνολική απασχόληση στην Ελλάδα παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 19
Συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση

	Συνολική Απασχόληση	Καταλύματα και εστίαση		Συμβολή στην απασχόληση σε άλλους κλάδους		Συνολική Συμβολή (Άμεση και έμμεση)	
		Σύνολο	% Συμβολή	Σύνολο	% Συμβολή	Σύνολο	% Συμβολή
2008	4,610.5	322.2	7.0%	357.2	7.7%	679.4	14.7%
2009	4,556.0	321.0	7.0%	355.1	7.8%	676.1	14.8%
2010	4,389.8	308.5	7.0%	344.0	7.8%	652.5	14.9%
2011	4,054.4	295.7	7.3%	334.6	8.3%	630.3	15.5%
2012	3,695.0	272.1	7.4%	320.1	8.7%	592.3	16.0%
2013	3,513.2	259.2	7.4%	317.4	9.0%	576.6	16.4%
2014	3,536.3	297.1	8.4%	335.7	9.5%	632.9	17.9%
2015	3,610.7	325.6	9.0%	357.2	9.9%	682.8	18.9%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ και εκτιμήσεις ΙΝΣΕΤΕ

3.1.2.4 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΕΠ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Στον επόμενο πίνακα, παρουσιάζονται τα στοιχεία για την άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας. Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ εκτιμάται στο 9,8% του ΑΕΠ για το 2015 (2014: 9,3%, 2013: 8,3%), με τον εσωτερικό τουρισμό και τις επενδύσεις στον τουρισμό να διαμορφώνονται ακόμη σε πολύ χαμηλά επίπεδα λόγω της βαθιάς ύφεσης και της αβεβαιότητας για τα μελλοντικά εισοδήματα στην ελληνική οικονομία.

Σε αυτό το περιβάλλον, η συμβολή του Τουρισμού αυξάνεται δεδομένου ότι ο εξωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται σε μια περίοδο κατά την οποία η εγχώρια ζήτηση και το ΑΕΠ της χώρας σημειώνουν μεγάλη πτώση. Όπως φαίνεται στον πίνακα, με βάση αυτούς τους πολλαπλασιαστές, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας υπερβαίνει το 21% το 2015. Αναμένεται δε να διαμορφωθεί σε επίπεδα άνω του 23% το 2021, παρά την αναμενόμενη έως τότε ανάκαμψη και της βιομηχανικής και γεωργικής παραγωγής, αλλά και του τομέα των κατασκευών.

Άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας				
Κατηγορία Δαπάνης	2013 € Εκατ.	2014 € Εκατ.	2015 € Εκατ.	2021 € Εκατ.
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	11,707.0	13,005.1	13,679.2	18,500.0
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	445.2	388.0	446.6	650.0
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	216.0	191.0	210.0	350.0
Αερομεταφορές	1,077.0	1,177.0	1,250.0	2,100.0
Θαλάσσιες μεταφορές	148.0	151.0	145.0	350.0
Εγχώριος τουρισμός: Καταλύματα - Εστίαση	1,195.0	1,315.0	1,312.0	2,500.0
Επενδύσεις	200.0	200.0	200.0	1,000.0
Συνολική Εγχώρια δαπάνη	14,988.2	16,427.1	17,242.8	25,450.0
ΑΕΠ Τρέχουσες Τιμές	180,389.0	177,559.4	176,022.7	207,490.0
Άμεση % Συμβολή	8.3%	9.3%	9.8%	12.3%
Πολλαπλασιαστής 2,2	2.2	2.2	2.2	1.9
Πολλαπλασιαστής 2,65	2.7	2.7	2.7	2.0
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,2)	32,974	36,140	37,934	48,355
Συνολική Επίπτωση (με πολλαπλασιαστή 2,65)	39,719	43,532	45,693	50,900
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,2)	18.3%	20.4%	21.6%	23.3%
Συνολική % Συμβολή στο ΑΕΠ (Πολ.: 2,65)	22.0%	24.5%	26.0%	24.5%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος και Εκτιμήσεις ΙΝΣΕΤΕ

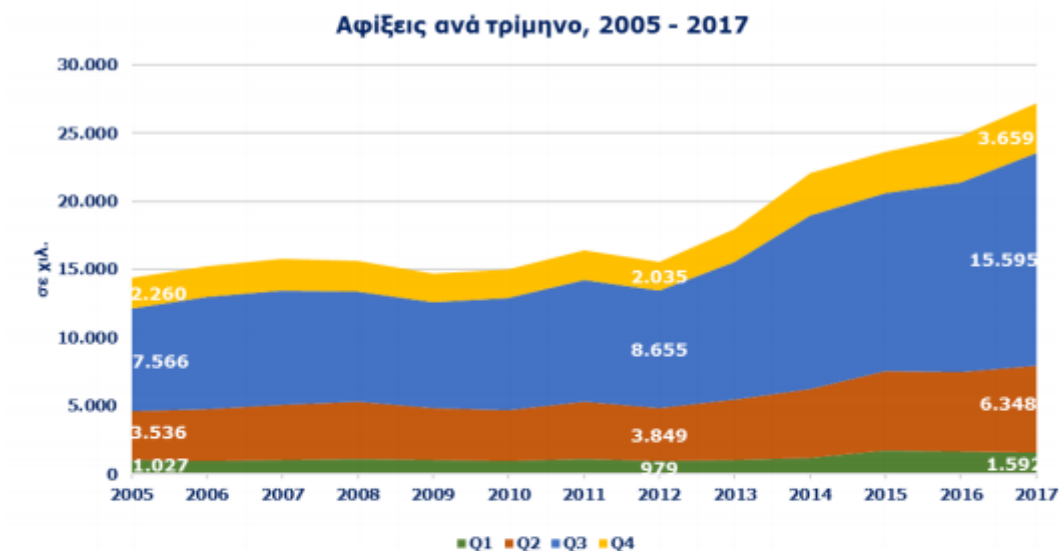
Συμπερασματικά, οι πιο πρόσφατες εκτιμήσεις δείχνουν ότι η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία διαρκώς αυξάνεται. Σύμφωνα με την 1η εκτίμηση της ΕΛΣΤΑΤ, το ΑΕΠ της χώρας, σε τρέχουσες τιμές, το 2017 διαμορφώθηκε στα € 177.735 εκ. αυξημένο κατά +2,0% σε σύγκριση με το 2016. Συνοψίζοντας τα στοιχεία για τον τουρισμό που παραθέσαμε παραπάνω και συγκρίνοντάς τα και με το ΑΕΠ της χώρας προκύπτει η ακόλουθη εικόνα:

- Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στη διαμόρφωση του ΑΕΠ ανήλθε στο 10,3% ή σε περίπου € 18,3 δισ. αυξημένη κατά +9,3% (για το 2017σε σύγκριση με το 2016).
- Συνυπολογίζοντας και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά ανέρχεται μεταξύ € 40,3 και € 48,5 δισ., δηλαδή κυμάνθηκε μεταξύ 22,6% του ΑΕΠ και 27,3% του ΑΕΠ, καθιστώντας τον τουρισμό βασικό πυλώνα της Ελληνικής οικονομίας.
- Το ΑΕΠ παρουσίασε αύξηση +2,0%, ενώ η δραστηριότητα του τουρισμού αυξήθηκε κατά € 1.559 εκ. (άμεσα) ή περίπου € 3.430 / 4.132 εκ. έμμεσα και άμεσα.
- Περισσότερο από το 90,0% του εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας προέρχεται από το εξωτερικό, καθιστώντας τον τουρισμό σχεδόν αμιγώς εξαγωγική δραστηριότητα.

3.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.2.1 ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα από το 2005 έως το 2017 παρουσιάζει σταθερά αυξητική τάση στις αφίξεις, με εξαίρεση τα έτη 2008 (-1,2%), 2009 (-5,9%) και 2012 (-5,5%), φθάνοντας το 2017 σε ρεκόρ αφίξεων (27.194 χιλ. / +89,0%,) από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων της ΤΤΕ. Επίσης, άξια αναφοράς είναι η διψήφια αύξηση (+15,5%) στον αριθμό των αφίξεων που καταγράφεται στα έτη 2013 (έτος ανάκαμψης του ελληνικού τουρισμού) και 2014 (+23,0%). Αξιοσημείωτο είναι ότι οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα εμφανίζουν έντονη εποχικότητα με το 80,7% των αφίξεων για το 2017 να καταγράφονται κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν, ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για το πρώτο και το τελευταίο τρίμηνο του έτους ήταν 5,9% και 13,5%. Οι top-5 Ελληνικοί προορισμοί βάσει αφίξεων είναι η Κεντρική Μακεδονία, το Νότιο Αιγαίο, η Αττική, η Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά.



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος - Επεξεργασία SETE Intelligence

Σύνολο Αφίξεων 2017	27.194.185
Σύνολο Αφίξεων 2005	14.388.183
% μεταβολής 2005 - 2017	89,0%
Top-5 προορισμοί το 2017	Κεντρική Μακεδονία, Νότιο Αιγαίο, Αττική, Κρήτη, Ιόνια Νησιά

Αναφορικά με τις εισπράξεις, η εικόνα είναι μικτή με διακυμάνσεις από έτος σε έτος καταγράφοντας το 2017, σε σύγκριση με το 2005, αύξηση +32,4% στα €14.202 εκ., που αποτελεί και την υψηλότερη τιμή από την έναρξη της Έρευνας. Συμπερασματικά, μπορούμε να αναφέρουμε ότι παρόλο που οι αφίξεις την περίοδο 2005 – 2017 αυξήθηκαν κατά +89,0% οι αυξήσεις που καταγράφηκαν στις διανυκτερεύσεις και στα έσοδα ήταν αισθητά χαμηλότερες, +36,8% και +32,4% αντίστοιχα.

3.2.2 ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για το 2017 διαμορφώθηκε στα € 522, χαμηλότερη κατά -30,0% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2005 (€ 746). Η ΜΚΔ από την έναρξη της Έρευνας καταγράφει σταθερά πτωτική τάση, με εξαίρεση τα έτη 2008, 2013 και 2017.

Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη στην Ελλάδα το 2017	522
Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη στην Ελλάδα το 2005	746
% μεταβολής 2005 - 2017	-30,0%

Η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (ΜΔΔ) παρουσιάζει μεν πτωτική τάση, αλλά με πολύ πιο ήπιους ρυθμούς σε σύγκριση με την ΜΚΔ.

Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση στην Ελλάδα το 2017	68
Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση στην Ελλάδα το 2005	70
% μεταβολής 2005 - 2017	-3,2%

Αναφορικά με την Μέση Διάρκεια Παραμονής, παρατηρούμε μια σταθερά πτωτική τάση την περίοδο 2005 – 2017 με όλα τα έτη να καταγράφουν πτώση, με εξαίρεση το 2017. Βέβαια, το 2017 καταγράφεται η 2η χαμηλότερη τιμή μετά το 2016.

Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Ελλάδα το 2017	7,7
Μέση Διάρκεια Παραμονής στην Ελλάδα το 2005	10,7
% μεταβολής 2005 - 2017	-27,6%

Συμπερασματικά, οι βασικοί δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού, σε αντίθεση με τα βασικά μεγέθη, καταγράφουν μείωση, με ιδιαίτερα έντονη αυτή της Μέσης Διάρκειας Παραμονής που οδηγεί και σε αντίστοιχη της ΜΚΔ ενώ οριακή είναι η μείωση της Ημερήσιας Δαπάνης.⁽⁹⁾

3.2.3 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ (ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ 2008- 2015)

Η ανοδική πορεία της τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας μετά την μεταολυμπιακή ανάκαμψη των ετών 2005 έως 2008, ανακόπηκε και εμφάνισε ανησυχητικά σημάδια στασιμότητας. Τη δυσμενή αυτή εξέλιξη επιδείνωσε η επελθούσα διεθνής οικονομική κρίση του 2008 και ο ειδικότερος αντίκτυπός της στην ελληνική οικονομία.

Οι προορισμοί, μετά το ξέσπασμα της διεθνούς κρίσης, άρχισαν να επιδίδονται σε έντονο ανταγωνισμό για την απόσπαση μεριδίων της τουριστικής αγοράς, πράγμα που ασφαλώς δεν διευκόλυνε την τουριστική ανάκαμψη της χώρας μας. Όπως διαπιστώνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης του διεθνούς τουρισμού εμφανίστηκαν ήδη από τα μέσα του 2010, ωστόσο η Ελλάδα δεν κατάφερε να αποσπάσει έγκαιρα ανάλογο μερίδιο από την αύξηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος. Η έναρξη της ανάκαμψης της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας καθυστέρησε τελικά κατά τρία ολόκληρα χρόνια, σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της.

Οι πρώτες ενδείξεις ανάκαμψης εμφανίστηκαν το 2013, αν και η αύξηση των σχετικών μεγεθών δεν ήταν ομοιόμορφη ούτε ως προς τις περιοχές, ούτε ως προς τις μεταβλητές. Συγκεκριμένα, το 2013, εμφανίζεται αύξηση (+15,5% σε σύγκριση με το 2012) στο σύνολο των αφίξεων μη μονίμων κατοίκων στα σύνορα, οι οποίες υπολογίζεται ότι πλησιάζουν τα 18 εκ. (17.919.580). Το 2014 σημειώθηκε και νέα σημαντική αύξηση (+23%). Η αυξητική τάση συνεχίστηκε και τους πρώτους μήνες του 2015, αν και το τελευταίο διάστημα υπάρχουν ενδείξεις για ανακοπή της ανόδου των κρατήσεων. Η ΤtE υπολογίζει, βάσει των προσωρινών στοιχείων της Έρευνας Συνόρων, ότι η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2015 αυξήθηκε κατά 39,1% και διαμορφώθηκε στις 2.663 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 1.915 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2014.50 Ταυτόχρονα, ενώ οι αφίξεις από τις χώρες της ΕΕ και τις ΗΠΑ εμφανίζονται σημαντικά αυξημένες σε σχέση με το ίδιο διάστημα του 2014, είναι αξιοσημείωτη η πτώση των αφίξεων από τη Ρωσία.

Ο κύριος όγκος των αφίξεων μη μονίμων κατοίκων στη χώρα μας εξακολουθεί να προέρχεται από χώρες της ευρωπαϊκής ηπείρου και κατά το έτος 2014, όπως προκύπτει

από τα στοιχεία που ανακοινώνει η ΕΛΣΤΑΤ (88,4% του συνόλου, έναντι 88,5% το 2010), ενώ οι 27 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρέχουν πλέον μόνο το 60,1% του συνόλου.

Οι σημαντικές επιδόσεις των παραδοσιακών αγορών μας το 2014 με υψηλά ποσοστά αυξήσεων μπορούν να αποδοθούν στην κάλυψη των σημαντικών απωλειών που είχαν σημειώσει τα προηγούμενα χρόνια. Ειδικότερα, το Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζεται να σημειώνει αύξηση +13,2% και η Γερμανία +8,5%. Η Γαλλία ακολουθεί ανοδική πορεία μετά το 2012 και το 2014 σημείωσε αξιόλογη αύξηση (+27%), η οποία αποδίδεται εν μέρει στα προβλήματα ορισμένων παραδοσιακών προορισμών του εξερχόμενου γαλλικού τουρισμού, όπως της Τυνησίας ή της Αιγύπτου, και στην αναζήτηση ασφαλών προορισμών. Ο αριθμός αφίξεων στα σύνορα από την Ιταλία ακολούθησε κυμαινόμενη πορεία μετά το 2008. Το ίδιο ισχύει και για τον εισερχόμενο τουρισμό από την Ολλανδία, ο οποίος σημείωσε αύξηση 13,2% το 2014, με αριθμό αφίξεων ελάχιστα μεγαλύτερο από εκείνο του 2008. Το Βέλγιο και η Αυστρία είχαν ανάλογη εξέλιξη, με αφίξεις αυξημένες μεν το 2014 (+18,8% και +20,6 αντίστοιχα) αλλά υπολειπόμενες των επιδόσεών τους του 2008. Η Ρωσική αγορά, ύστερα από μια φάση εντυπωσιακής ανόδου από το 2010, ανέκοψε την αυξητική πορεία και το 2014 σημείωσε πτώση -7,6%. Η εξέλιξη αυτή είναι απόρροια της εξασθένησης του νομίσματός της καθώς και της Ουκρανικής κρίσης. Το ίδιο ασφαλώς ισχύει και για τον τουρισμό προερχόμενο από την Ουκρανία, μολονότι δεν διατίθενται αναλυτικά στοιχεία για τη χώρα αυτή. Από τις βορειοευρωπαϊκές χώρες, η Σουηδία και η Νορβηγία σημείωσαν πτώση των αφίξεών τους (-8,4% και -7,1% αντίστοιχα, σε σχέση με το 2013), ενώ η Δανία μόλις έφθασε τα επίπεδα του 2010. Οι αφίξεις από τη Φινλανδία, αφού ακολούθησαν πτωτική πορεία μετά το 2010, ήταν σημαντικά αυξημένες το 2014 ως προς το προηγούμενο έτος κατά +19,3% αλλά υπολείπονται ακόμη από τα επίπεδα του 2009.

3.2.4 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ 2018 (ΠΡΟΣΩΡΙΝΑ)

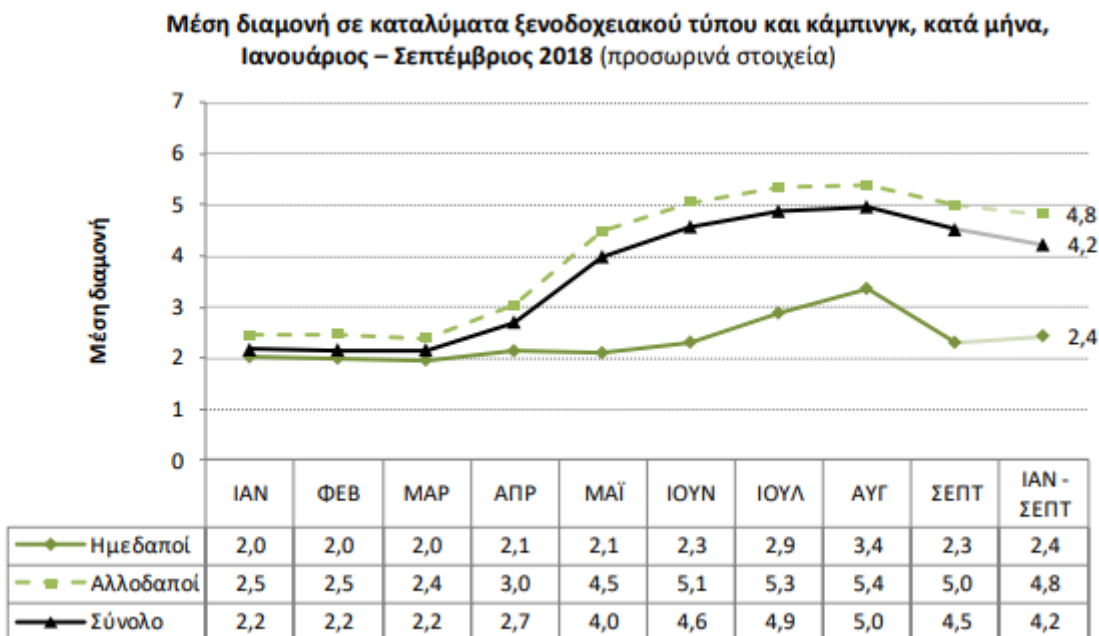
3.2.4.1 ΑΦΙΞΕΙΣ- ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ

Κατά το διάστημα Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2018, οι αφίξεις ανήλθαν σε 19.139.345 και οι διανυκτερεύσεις σε 80.840.438. Το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων και διανυκτερεύσεων στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά την περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2018, αναλογεί σε αλλοδαπούς, δηλαδή 75,1% του συνόλου των αφίξεων και 85,6% του συνόλου των διανυκτερεύσεων .

Ποσοστιαία κατανομή (%) αφίξεων και διανυκτερεύσεων σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2018 (προσωρινά στοιχεία)



Για την ίδια χρονική περίοδο, η μέση διαμονή ανά άτομο στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ ανήλθε σε 4,2 διανυκτερεύσεις. Όπως δείχνει και το παρακάτω γράφημα, η μέση διαμονή των αλλοδαπών ήταν 4,8 διανυκτερεύσεις, ενώ των ημεδαπών 2,4 διανυκτερεύσεις. Κατά το αντίστοιχο διάστημα του 2017, η μέση διαμονή ανά άτομο ήταν 4,3 διανυκτερεύσεις και ειδικότερα 5,0 για τους αλλοδαπούς και 2,5 για τους ημεδαπούς.



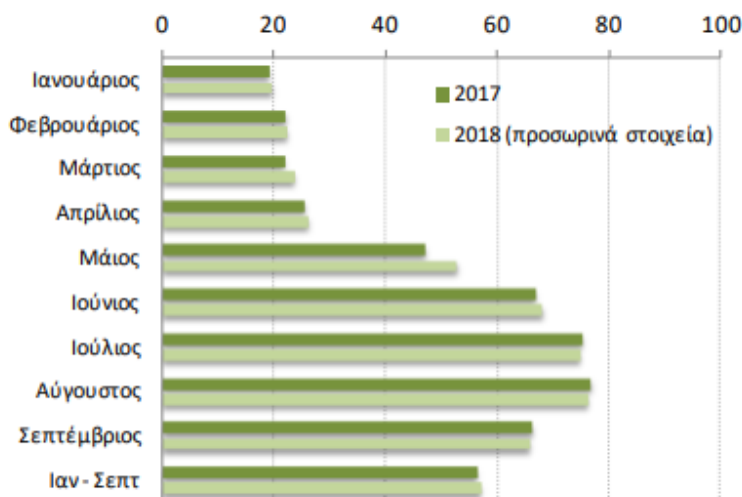
3.2.4.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

Όπως έχουμε αναφέρει και παραπάνω, τα τελευταία χρόνια οι δείκτες τουρισμού στην Ελλάδα φαίνεται να σημειώνουν μια σημαντική αύξηση σε όλα τα επίπεδα. Χαρακτηριστική είναι η σύγκριση των δύο τελευταίων ετών (2018 και 2017). Εξετάζοντας την πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου (πλην κάμπινγκ) παρατηρούμε μια πολύ μικρή αύξηση. Πιο συγκεκριμένα, ανήλθε σε 57,0%, κατά το διάστημα Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2018, έναντι 56,3% του αντίστοιχου διαστήματος του 2017.

Πληρότητα (%) κλινών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά μήνα, Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2017 και 2018

Μήνας	2017	2018*
Ιαν - Σεπτ	56,3	57,0
Ιανουάριος	19,1	19,6
Φεβρουάριος	22,1	22,3
Μάρτιος	21,8	23,6
Απρίλιος	25,5	26,1
Μάιος	47,1	52,8
Ιούνιος	66,8	68,1
Ιούλιος	75,2	74,8
Αύγουστος	76,8	76,2
Σεπτέμβριος	66,3	65,8

Πληρότητα (%) κλινών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά μήνα, Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2017 και 2018



Τέλος, στους 2 παρακάτω πίνακες φαίνονται αναλυτικά τόσο οι αφίξεις (πρώτος πίνακας), όσο και οι διανυκτερεύσεις (δεύτερος πίνακας) αλλοδαπών και ημεδαπών κατά μήνα. Η σύγκριση των 2 πινάκων αποτυπώνει ξεκάθαρα η ανοδική τάση του ελληνικού τουρισμού. Επίσης μέσα από αυτούς τους πίνακες μπορούμε να κατανοήσουμε καλύτερα τόσο την κατανομή του τουρισμού σε αλλοδαπούς και ημεδαπούς όσο και τις προτιμήσεις τους (κάμπινγκ/ καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου). Πιο συγκεκριμένα, διακρίνουμε μια μικρή πτώση στον εσωτερικό τουρισμό και μια σημαντική άνοδο στις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών η οποία υπερκαλύπτει τη διαφορά και συμβάλλει στη συγκριτική αύξηση του τουρισμού μεταξύ των 2 ετών. Αξίζει να σημειωθεί ότι ενδέχεται οι δείκτες για το 2018 να είναι ακόμα υψηλότεροι από αυτούς που υπάρχουν στους πίνακες, καθώς τα μόνα διαθέσιμα στοιχεία ήταν τα προσωρινά κι όχι τα τελικά. Συνολικά παρουσιάζεται μια αύξηση άνω του ενός εκατομμυρίου στις διανυκτερεύσεις, ενώ οι συνολικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά περίπου 800 χιλιάδες.⁽¹⁰⁾

Αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά μήνα, Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2017 και 2018

Μήνας	2017					2018 (προσωρινά στοιχεία)				
	Σύνολο καταλυμάτων	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου		Κάμπινγκ		Σύνολο καταλυμάτων	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου		Κάμπινγκ	
		Αφίξεις	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί		Αλλοδαποί	Αφίξεις	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιαν- Σεπτ	18.350.997	4.867.072	13.122.778	132.209	228.938	19.139.345	4.639.840	14.130.461	123.441	245.603
Ιανουάριος	521.020	356.144	164.639	62	175	555.553	370.188	185.047	79	239
Φεβρουάριος	569.785	388.671	180.815	69	230	591.930	384.164	207.403	79	284
Μάρτιος	759.642	472.511	286.704	80	347	856.216	455.362	400.123	125	606
Απρίλιος	1.332.810	544.947	782.536	697	4.630	1.409.526	520.084	883.730	614	5.098
Μάιος	2.270.291	479.815	1.765.509	4.995	19.972	2.623.104	530.616	2.058.966	6.718	26.804
Ιούνιος	2.964.459	570.571	2.349.940	12.603	31.345	3.095.871	524.011	2.520.735	13.796	37.329
Ιούλιος	3.513.094	716.439	2.689.901	45.013	61.741	3.522.407	634.012	2.783.541	39.796	65.058
Αύγουστος	3.552.898	775.507	2.640.188	61.520	75.683	3.556.084	706.197	2.720.781	55.945	73.161
Σεπτέμβριος	2.866.998	562.467	2.262.546	7.170	34.815	2.928.654	515.206	2.370.135	6.289	37.024

Διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά μήνα, Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2017 και 2018

Μήνας	2017					2018 (προσωρινά στοιχεία)				
	Σύνολο καταλυμάτων	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου		Κάμπινγκ		Σύνολο καταλυμάτων	Καταλύματα Ξενοδοχειακού τύπου		Κάμπινγκ	
		Διανυκτερεύσεις	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί		Αλλοδαποί	Διανυκτερεύσεις	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιαν- Σεπτ	79.390.273	11.623.573	66.115.759	799.026	851.915	80.840.438	10.901.427	68.329.541	707.298	902.172
Ιανουάριος	1.173.185	726.650	445.552	158	825	1.204.292	749.244	454.031	204	813
Φεβρουάριος	1.246.617	783.685	462.163	131	638	1.280.483	767.008	512.412	193	870
Μάρτιος	1.632.453	920.547	710.609	215	1082	1.852.226	893.330	956.684	389	1.823
Απρίλιος	3.669.706	1.179.694	2.477.069	2.533	10.410	3.814.963	1.113.386	2.688.207	2.000	11.370
Μάιος	9.206.001	972.355	8.134.270	41.533	57.843	10.459.149	1.080.312	9.253.029	49.406	76.402
Ιούνιος	13.950.820	1.290.707	12.445.646	100.512	113.955	14.162.287	1.161.026	12.780.397	82.883	137.981
Ιούλιος	17.289.128	1.962.065	14.848.511	240.414	238.138	17.182.610	1.729.848	14.986.694	213.259	252.809
Αύγουστος	17.927.251	2.501.268	14.783.857	345.510	296.616	17.656.041	2.252.784	14.806.182	310.044	287.031
Σεπτέμβριος	13.295.112	1.286.602	11.808.082	68.020	132.408	13.228.387	1.154.489	11.891.905	48.920	133.073

3.3 ΟΦΕΛΗ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ- ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

3.3.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα αυξάνεται σταθερά από το 2012 και έχει τέσσερα χαρακτηριστικά:

- I. 35% του συνόλου προέρχεται από 4 χώρες της ΕΕ (αλλά και το υπόλοιπο ποσοστό συνδέεται με την ΕΕ).
- II. Το μεγαλύτερο ποσοστό της ζήτησης συγκεντρώνεται σε πέντε μόνο προορισμούς.
- III. Είναι πολύ «αιχμηρή» σε μία περίοδο 3 μηνών η οποία αντιστοιχεί στο μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης.
- IV. Η μέση διαμονή μειώνεται συστηματικά, αλλά οι ημερήσιες τουριστικές εισπράξεις παραμένουν ισχυρές.

3.3.2 ΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα είναι, σε γενικές γραμμές, διεθνώς ανταγωνιστικά. Αποτελούν την πλειοψηφία στους κύριους προορισμούς, και τείνουν να βρίσκονται στην κατηγορία 4* και να είναι μονάδες μικρότερου μεγέθους. Τα περισσότερα ξενοδοχεία Zombie βρίσκονται σε δευτερεύοντες προορισμούς και τείνουν να είναι μεγάλα ξενοδοχεία 5*. Η ελληνική αγορά αναβαθμίζεται σταδιακά σε ξενοδοχεία 5*. Μεταξύ 2010 και 2015 έγιναν επενδύσεις ύψους € 1,8δισ. Επικεντρώνοντας κυρίως σε μεγάλα ξενοδοχεία 5*, σε κύριους προορισμούς. Οι συνολικές ξενοδοχειακές ανάγκες υπολογίζονται σε περίπου € 6,2δισ. για μια περίοδο 5 ετών και κατανέμονται σε € 1δισ. Για την κατασκευή επιπλέον κλινών, € 4,8δισ. Για την αναβάθμιση της υπάρχουσας χωρητικότητας και € 0,3δισ. για συντήρηση. Υπάρχουν περίπου 400 ξενοδοχεία τα οποία απαιτούν οικονομική αναδιάρθρωση πριν προσελκύσουν νέες επενδύσεις.

Η ελληνική ξενοδοχειακή αγορά εξαγορών & συγχωνεύσεων θα έπρεπε να είναι περισσότερο ενεργή. Τα οικονομικά των ξενοδοχείων δεν οδηγούνται από το ελληνικό ΑΕΠ (είναι οδηγούμενα κυρίως από το ευρωπαϊκό), τα ξενοδοχεία είναι ανταγωνιστικά και βρίσκονται σε καλή οικονομική κατάσταση. Συνολικά, υπολογίζεται ότι υπάρχουν περίπου 65 λειτουργικές ξενοδοχειακές εταιρείες και 35 ξενοδοχειακά ακίνητα προς πώληση που αντιπροσωπεύουν περίπου το 2% και το 0,7% της συνολικής διαθέσιμης ξενοδοχειακής χωρητικότητας αντίστοιχα. Οι ξενοδοχειακές εταιρείες προς πώληση, βρίσκονται κυρίως σε κύριους προορισμούς. Τα ξενοδοχειακά ακίνητα προς πώληση, βρίσκονται και αυτά σε κύριους προορισμούς και διατιμώνται περίπου στο 60% των επενδύσεων νέων κατασκευών. Ο ελληνικός τουρισμός σίγουρα παραμένει ένας από τους κύριους παράγοντες ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, αλλά χρειάζεται ορισμένες στρατηγικές προσαρμογές για να αυξήσει την αξία του. Σύμφωνα με την PricewaterhouseCoopers (PWC) προκειμένου να αυξηθεί η αξία του τουρισμού και να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα, οφείλουν να υλοποιηθούν οι εξής τέσσερις πολιτικές:

- I. Προσέλκυση τουριστών με υψηλό εισόδημα
- II. Εισαγωγή συμπληρωματικών προϊόντων
- III. Επέκταση ζήτησης σε δευτερεύοντες προορισμούς

IV. Επέκταση & αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος

3.3.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Οι προοπτικές του ελληνικού τουρισμού διαφαίνονται καλές τηρουμένων των διαρθρωτικών περιορισμών του κλάδου. Οι αφίξεις αυξάνονται, η διάρκεια παραμονής δε μειώνεται γρήγορα, η μέση ημερήσια δαπάνη είναι σταθερή, ο αριθμός της σημαντικής τουριστικής προέλευσης αυξάνεται. Από την άλλη πλευρά, οι αφίξεις παραμένουν «αιχμηρές», η ημερήσια δαπάνη (σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα) παραμένει περιορισμένη, καθώς και οι ίδιοι προορισμοί προέλευσης προσελκύουν το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης.

Σύμφωνα με την Enterprise Greece ο τουριστικός κλάδος εστιάζει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, στην προσέλκυση τουριστικών ομάδων υψηλότερης αξίας, στην αύξηση του μέσου εσόδου ανά επισκέπτη και στο άνοιγμα της χώρας σε νέες αγορές. Αυτές οι κινήσεις γίνονται στο πλαίσιο της ευρύτερης προσπάθειας για τη στρατηγική αναβάθμιση του κλάδου. Οι επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, αναμένεται να εστιάζουν τόσο στην αναβάθμιση, όσο και στον εμπλουτισμό του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» με έναν σημαντικό αριθμό περισσότερο εστιασμένων τουριστικών προϊόντων υψηλότερης αξίας, όπως:

- I. Θαλάσσιος τουρισμός, όπου γίνονται προσπάθειες αφενός για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού κρουαζιερόπλοιων, αφετέρου για την αναβάθμιση και την ενίσχυση της προσφοράς των διακοπών με σκάφος αναψυχής/ ιστιοπλοϊκό.
- II. Τουρισμός πόλεων, εστιασμένος κυρίως στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη.
- III. Πολιτισμικός και Θρησκευτικός Τουρισμός, ο οποίος έχει ως στόχο την αναβάθμιση και την εκμετάλλευση ορισμένων ιστορικών, πολιτισμικών και θρησκευτικών μνημείων και μουσείων της Ελλάδας.
- IV. Ιατρικός τουρισμός, ο οποίος αποτελεί μία εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ευκαιρία ανάπτυξης, υπό την προϋπόθεση ότι το εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό θα συνδυαστεί με επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και υποδομές.
- V. Συνεδριακός τουρισμός, με στόχο την εδραίωση της θέσης της Ελλάδας και την καθιέρωση της χώρας ως επίκεντρο του συνεδριακού τουρισμού για τους διεθνείς οργανισμούς και τις εταιρίες.
- VI. Σύνθετα τουριστικά καταλύματα με εξοχικές κατοικίες αναπτύσσονται σε παραδοσιακούς και νέους προορισμούς αξιοποιώντας τον νέο σχετικό νόμο και την νέα άδεια διαμονής σε κατοίκους τρίτων χωρών που επενδύουν σε ακίνητα.

4 ΜΕΛΕΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

4.1 ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

4.1.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Σκοπό της επιχείρησης αποτελεί η δημιουργία μιας τουριστικής μονάδας, η οποία θα αποτελεί πρότυπο για την περιοχή της Ηπείρου. Ειδικότερα, η επιχείρηση μέσω της εφαρμογής του επενδυτικού σχεδίου, στοχεύει στην προσφορά ποιοτικών, αξιόπιστων και πολυτελών ξενοδοχειακών υπηρεσιών στους επισκέπτες που θα αποφασίσουν να καταλύσουν στην περιοχή. Εκτός από την συμβολή της στην αναγκαία αύξηση της δυναμικότητας της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας, θα συμβάλλει και στον εμπλουτισμό του ελληνικού branding μέσω της παροχής των άριστων υπηρεσιών της.

Η υλοποίηση του εν λόγω επιχειρηματικού σχεδίου, θα συμβάλλει στην δημιουργία μια απολύτως υγιούς τουριστικής επιχείρησης, η οποία θα βοηθήσει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής των Ιωαννίνων, ενώ παράλληλα θα συμβάλλει στην ελάττωση της ανεργίας με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Οι στόχοι της νέας επιχείρησης συνοψίζονται στους παρακάτω τομείς:

- Ποιότητα προσφερόμενης υπηρεσίας.
- Δημιουργία φήμης επιχείρησης.
- Ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.
- Ικανοποίηση Πελατών.
- Ευελιξία.
- Ταχύτητα εξυπηρέτησης.

4.1.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η στρατηγική δε βασίζεται στο μαζικό χαρακτήρα - άλλωστε η δυναμικότητα είναι μικρή - αλλά, στηρίζεται στη διαφοροποίηση και σχετίζεται με την επιτυχή ανάπτυξη ενός ξενοδοχειακού "προϊόντος" που θα προσφέρει μοναδικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα ή οφέλη τα οποία θα εκτιμούν οι πελάτες ως καλύτερα ή διαφορετικά από αυτά του ανταγωνισμού. Η επιχείρηση λοιπόν θα είναι σε θέση να προσφέρει ολοκληρωμένη εμπειρία διαμονής βασιζόμενη στην άριστη ποιότητα σε συνδυασμό με τον φιλικό - οικογενειακό χαρακτήρα.

Ακόμη, η νέα επιχείρηση θα προσφέρει στους πελάτες της:

- Reception
- Parking
- Πλούσιο Ελληνικό πρωινό με θέα τη λίμνη Παμβώτιδα και το Νησάκι

- Χρηματοκιβώτιο
- Αποστολή και λήψη email, fax, φωτοαντιγραφικές υπηρεσίες
- Φύλαξη αποσκευών

Επίσης, η επιχείρηση είναι απόλυτα προσηλωμένη σε ό,τι αφορά θέματα σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος. Για αυτό το λόγο έχει ελαχιστοποιηθεί κάθε επιβάρυνση στο περιβάλλον. Αυτό έγινε μέσα από μία σειρά ενεργειών όπως κατασκευή και λειτουργία κτιρίων φιλικών προς το περιβάλλον, τη λιγότερη χρήση νερού και ενέργεια, τις λιγότερες επεμβάσεις στο φυσικό περιβάλλον την οικολογική επιλογή προϊόντων και υλικών και τη χρήση συστημάτων φωτισμού χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

4.2 ΣΧΕΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ και ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

4.2.1 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

Ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία για την επιτυχία μιας τουριστικής επιχείρησης είναι οι ενέργειες για την προώθηση των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχει. Γνωρίζοντας αυτό έχει επιλεγθεί η συγκεκριμένη στρατηγική η οποία δίνει ιδιαίτερο βάρος σε αυτόν τον τομέα μέσα από μια σειρά κινήσεων. Πρώτο βήμα είναι η δημιουργία μιας σύγχρονης κι εύχρηστης ιστοσελίδας. Επιπλέον έχει αποφασιστεί η συνεργασία με διάφορους επαγγελματικούς οδηγούς και site προβολής, καθώς και με εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία και tour operators που δραστηριοποιούνται τόσο στον Ελλαδικό χώρο, όσο και στο εξωτερικό, συνδυάζοντας παραδοσιακές μεθόδους προώθησης με τις νέες τεχνολογίες και την χρήση του διαδικτύου. Παράλληλα, θα έχει συμμετοχή σε εγχώριες και διεθνείς τουριστικές Εκθέσεις. Στο επενδυτικό σχέδιο, οι σχεδιαζόμενες ενέργειες προώθησης και διαφημιστικής προβολής της επιχείρησης θα είναι απόλυτα στοχευμένες περιλαμβάνοντας τη δημιουργία εταιρικής ιστοσελίδας με προδιαγραφές ΑΜΕΑ, καθώς και το σχεδιασμό λογοτύπου προσαρμοζόμενου μεγέθους για διάφορες χρήσεις και δημιουργία έντυπου πληροφοριακού υλικού.

Η επιχείρηση λοιπόν στο πλαίσιο όλων των ανωτέρω στοχεύει στην προώθηση της με τις κάτωθι ενέργειες:

- Παρουσίαση υπηρεσιών μέσω ιστοσελίδας, με δυναμική προώθηση μέσω μηχανών αναζήτησης.
- Δημιουργία βάσης δεδομένων για την καταγραφή και διαχείριση του πελατολογίου και ειδικής πλατφόρμας για την ανταλλαγή με διάδοση εμπειριών.
- Δημιουργία ομάδας social media – Ενίσχυση SEO (Search Engine Optimization).

4.2.2 ΟΜΑΔΑ SOCIAL MEDIA

Βρισκόμαστε σε μια συγκυρία όπου το μεγαλύτερο κομμάτι της εξώστρεφης διαφήμισης γίνεται μέσα από το internet και προφανώς τα social media. Ειδικά σε έναν τόσο ιδιαίτερο κλάδο, όπως αυτός του τουρισμού η σταθερή και συνεπής λειτουργία των συγκεκριμένων μέσων μπορεί να προσελκύσει κόσμο τόσο από το εξωτερικό όσο και από την Ελλάδα. Φυσικά για να συμβεί αυτό δεν αρκεί μόνο η δημιουργία μιας σελίδας, αλλά και η συχνή

και προσεγγιμένη ανανέωση σε όλα τα μέσα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Πολύ σημαντική παράμετρος πέρα από την ευχρηστία και την αισθητική είναι και η άμεση ανταπόκριση. Για τους παραπάνω λόγους επιλέχθηκε η δημιουργία ολιγομελούς ομάδας η οποία θα ασχολείται με την παρουσία της επιχείρησης στα social media και θα αναλάβει συνολικά το seo marketing. Πιο αναλυτικά έχουν αποφασιστεί τα εξής βήματα:

i. Facebook Page

Προβολή της εταιρίας στο πιο διαδεδομένο μέσω κοινωνικής δικτύωσης με ενημέρωση και επικοινωνία με τους πελάτες για τις ενέργειες, τα νέα και τις δραστηριότητες της εταιρίας. Ενημέρωση επίσης για τα νέα του Newsletter και του Youtube Channel- Βίντεο της εταιρίας.

ii. Twitter

Προβολή και ενημέρωση δραστηριοτήτων, newsletter και επικοινωνία με τους πελάτες.

iii. LinkedIn

Προβολή και ενημέρωση δραστηριοτήτων, newsletter και επικοινωνία με τους πελάτες.

iv. Booking

Προβολή και ενημέρωση δραστηριοτήτων, newsletter και επικοινωνία με τους πελάτες.

v. Trip advisor

- Συνεχής ανάλυση αποτελεσμάτων και βελτιστοποίηση του μοναδιαίου κόστους προώθησης.
- Δημιουργία Εταιρικού Βίντεο και προβολή του στο εταιρικό κανάλι στο You Tube.
- Κατασκευή πλατφόρμας επικοινωνίας για τους πελάτες – Newsletter.
- Διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων – εντύπων για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης.
- Στοχευμένες επισκέψεις σε επαγγελματίες του κλάδου.

4.2.3 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η υλοποίηση του εν' λόγω επιχειρηματικού σχεδίου, θα συμβάλλει στη δημιουργία μια απολύτως υγιούς τουριστικής επιχείρησης, η οποία θα βοηθήσει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής των Ιωαννίνων ενώ παράλληλα θα συμβάλει στην ελάττωση της ανεργίας με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Επιπλέον η ολοκλήρωση του έργου, εκτός των ανωτέρω, στοχεύει στη βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού της περιοχής με τη δημιουργία μιας βιώσιμης επιχείρησης με πληθώρα παρεχόμενων υπηρεσιών και στην εφαρμογή νέων μεθόδων που αξιοποιούν τόσο το ανθρώπινο δυναμικό όσο και τους φυσικούς και χρηματοδοτικούς πόρους της περιοχής του Μετσόβου.

Το συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο, έρχεται να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες σε υποδομές διανυκτέρευσης και αναψυχής, της ευρύτερης περιοχής του Δήμου Μετσόβου, η οποία λόγω της συνεχούς ανάπτυξής της και της αύξησης της επισκεψιμότητας, παρουσιάζει σημαντικές ανάγκες για τη συμπλήρωση της δυναμικότητάς της, σε αυτό τον τομέα.

Ο παραπέρα σχεδιασμός και η πραγματοποίηση των απαραίτητων έργων υποδομής (π.χ. Αναβάθμιση Αεροδρομίου Ιωαννίνων) θα ανεβάσουν πολύ περισσότερο την τουριστική κίνηση η οποία θα προσφέρει τα μέγιστα στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη όχι

μόνο της τουριστικής αυτής ζώνης, αλλά ολόκληρης της περιφερειακής ενότητας Ιωαννίνων ειδικότερα και της Περιφέρειας Ηπείρου γενικότερα. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις τουριστών ανά έτος και ανά μήνα στη γεωγραφική ενότητα Ιωαννίνων παρουσιάζουν αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια ετησίως, γεγονός που αποδεικνύει με τον καλύτερο τρόπο τις προοπτικές του κλάδου στη συγκεκριμένη περιοχή. Επιπλέον, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ, η υποδομή αυτή της ευρύτερης περιοχής των Ιωαννίνων, δεν χαρακτηρίζεται ικανοποιητική κυρίως από πλευράς ποιότητας τουριστικών μονάδων, παρόλο που η περιοχή διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά για μια πολύ πιο δυναμική παρουσία στο χώρο του τουρισμού. Απ' αυτή την άποψη το συγκεκριμένο έργο θα βοηθήσει εκτός των άλλων σε μια περισσότερο ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της περιοχής.

4.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Κάθε επένδυση περιλαμβάνει κινδύνους οι οποίοι χωρίζονται σε 2 μεγάλες κατηγορίες: τους συστηματικούς και τους μη συστηματικούς. Συστηματικοί ονομάζονται οι κίνδυνοι που είναι αδύνατο να προβλεφθούν, ενώ μη συστηματικοί οι "προβλέψιμοι" κίνδυνοι. Το επενδυτικό σχέδιο είναι προϊόν αναλυτικής έρευνας και στοχεύει στην εφαρμογή μιας στρατηγική που θα φροντίζει για την πρόληψή ή την άμεση αντιμετώπιση των κινδύνων, ανάλογα την κατηγορία στην οποία ανήκουν.

Κάποιοι βασικοί κίνδυνοι μιας επένδυσης, είναι:

- **επιχειρηματικός κίνδυνος:** ο κίνδυνος μια επιχείρηση να έχει χαμηλότερα έσοδα από τα προβλεπόμενα. Μπορεί να πηγάζει είτε από εσωγενείς, είτε από εξωγενείς παράγοντες.
- **κίνδυνος της αγοράς:** προέρχεται από τη μεταβολή των τιμών ενός προϊόντος (ή μιας υπηρεσίας) στη διεθνή ή την τοπική αγορά. Αποτελεί μια από τις πιο συχνές μορφές επενδυτικού κινδύνου.
- **πιστωτικός κίνδυνος:** αφορά την αδυναμία συγκέντρωσης ρευστότητας, που μπορεί με τη σειρά της να οδηγήσει στην αθέτηση πληρωμών. Ειδικά όταν υπάρχουν αυστηρές ρήτρες πληρωμών, ένας τέτοιος κίνδυνος μπορεί να οδηγήσει ακόμα και στην οικονομική κατάρρευση.
- **χρηματοοικονομικός κίνδυνος:** περιλαμβάνει τους κινδύνους που προέρχονται από τη χρηματοδότηση μιας επένδυσης με ξένα κεφάλαια.
- **κίνδυνος πληθωρισμού:** ο κίνδυνος που προκύπτει από την απότομη αύξηση του πληθωρισμού μιας οικονομίας
- **συναλλαγματικός κίνδυνος:** ο κίνδυνος της απώλειας μέρους της αξίας μιας επένδυσης, εξαιτίας της μεταβολής της συναλλαγματικής ισοτιμίας στα πλαίσια της οποίας λαμβάνει χώρα.
- **πολιτικός κίνδυνος:** εμπεριέχεται σε απότομες μεταβολές κυρίως νομοθετικού χαρακτήρα που μπορούν να επηρεάσουν μια επένδυση.

- **συστημικός κίνδυνος:** ο κίνδυνος κατάρρευσης μιας οικονομίας. Στο σύγχρονο πλαίσιο, η κατάρρευση μιας οικονομίας είναι σε θέση να προκαλέσει τεράστιες εξελίξεις ευρύτερα οπότε δεν αναφέρεται αποκλειστικά στην κατάρρευση της εγχώριας οικονομίας.

4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΡΙΣΚΟΥ

Για τη συγκεκριμένη επένδυση δύο είναι οι βασικοί κίνδυνοι οι οποίοι πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν: ο υπερδανεισμός (που ενδέχεται να οδηγήσει σε αδυναμία συγκέντρωσης ρευστότητας) και ο επιχειρηματικός κίνδυνος.

Ο κίνδυνος του υπερδανεισμού (που αποτελεί έναν από τους βασικούς κινδύνους των ξενοδοχειακών επενδύσεων της χώρας), μέχρι στιγμής δε φαίνεται υπαρκτός καθώς για την επένδυση έχει χορηγηθεί ένα δάνειο που δεν ξεπερνά τις 20000 ευρώ με σχετικά χαμηλό επιτόκιο. Παρόλα αυτά ακόμα και σε αυτήν την περίπτωση θα πρέπει η επιχείρηση να καταβάλει άμεσα τις δόσεις προκειμένου να εξοφληθεί χωρίς επιπρόσθετες επιβαρύνσεις. Ακόμα και σε αυτήν την περίπτωση όμως, υπάρχει το ενδεχόμενο επαναδανεισμού σε περίπτωση που η επένδυση δεν καταφέρει να φτάσει τα επιθυμητά έσοδα. Ένα τέτοιο ενδεχόμενο, αν και δε φαίνεται καταστροφικό, καλό θα ήταν να αποφευχθεί καθώς κατά πάσα πιθανότητα θα πρόκειται για ένα ασύμφορο δάνειο που σε βάθος χρόνου θα στοιχίσει στην επιχείρηση.

Επίσης, θα πρέπει να υπάρχει συνεχής ενημέρωση και αλληλοτροφοδότηση με την αγορά, προκειμένου οι παροχές και οι τιμές να είναι ανταγωνιστικές. Όπως αναφέρεται παρακάτω οι τιμές ενοικίασης των δωματίων θα είναι ανάλογες με αυτές της περιοχής των Ιωαννίνων για αντίστοιχες κατηγορίες α καταλυμάτων. Αυτό βέβαια, είναι κάτι που ενδέχεται να αλλάξει και σ αυτήν την περίπτωση θα χρειαστεί να αναπροσαρμοστούν οι τιμές ενοικίασης. Συν τοις άλλοις απαιτείται και συνεχής αναβάθμιση των υπάρχουσών παροχών καθώς και αναπροσαρμογή τους σε βάθος χρόνου, ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες των καταναλωτών.

4.5 ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

4.5.1 ΚΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η Περιφέρεια Ηπείρου διαθέτει αφθονία και ποικιλία φυσικών πόρων, η οποία δίνει την δυνατότητα εκμετάλλευσης πολλών μορφών εναλλακτικού τουρισμού: ακτές, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, μνημεία της νεότερης ιστορίας, παραδοσιακούς οικισμούς, ποτάμια, λίμνες, βιότοπους, αισθητικά δάση και τοπία φυσικού κάλλους. Ο κλάδος του τουρισμού καταγράφει αξιοσημείωτη αντοχή στις παρούσες συνθήκες και εξελίσσεται σε μια κεντρική αναπτυξιακή δραστηριότητα που μπορεί να καθορίσει σε σημαντικό βαθμό τις προοπτικές ανάπτυξης της χώρας, να δημιουργήσει νέες βιώσιμες θέσεις εργασίας, να ενισχύσει πολλούς άλλους κλάδους της τοπικής οικονομικής δραστηριότητας και να έχει ως αποτέλεσμα αξιόλογες οικονομικές εισροές στις τουριστικές περιοχές και κατ' επέκταση και στη χώρα.

Εκτός από τη συμβολή της στην αναγκαία αύξηση της δυναμικότητας της Ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας μέσω της παροχής ποιοτικών, αξιόπιστων και πολυτελών ξενοδοχειακών υπηρεσιών στους επισκέπτες, θα συμβάλλει και στον εμπλουτισμό του ελληνικού branding. Το σχέδιο στοχεύει στη δημιουργία μιας τουριστικής μονάδας υψηλής

ποιότητας, η οποία θα αποτελεί πρότυπο, τόσο για τη περιοχή της Ηπείρου όσο και για την υπόλοιπη ελληνική επικράτεια.

4.5.2 ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η μέτρηση της τουριστικής παραγωγής συνεπάγεται όχι μόνο στον προσδιορισμό της συνολικής αξίας των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγει ο τουριστικός τομέας, αλλά και την προσέγγιση της διαφοράς μεταξύ της αξίας των αγαθών και των υπηρεσιών που παράγει και της αξίας των αγαθών και των υπηρεσιών που αγοράζει από άλλους τομείς στα πλαίσια της παραγωγικής διαδικασίας. Αυτή η διαφορά αντιπροσωπεύει το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν που παράγει ο τουριστικός τομέας, ή την προστιθέμενη αξία που δημιουργεί ο τουρισμός.

Η προστιθέμενη αξία μετρά τη συμβολή της οικονομικής μονάδας ή του οικονομικού κλάδου στην συνολική παραγωγή. Το άθροισμα των επιμέρους προστιθεμένων αξιών αντιπροσωπεύει εκείνο το τμήμα το οποίο εξέρχεται του παραγωγικού κυκλώματος, δηλαδή το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν. Η προστιθέμενη αξία μπορεί επίσης να οριστεί, σε σχέση με τα συνθετικά της στοιχεία, ως το άθροισμα των παρακάτω μεταβλητών:

1. Των μισθών (και πρόσθετων επιβαρύνσεων) των απασχολούμενων στον τουριστικό τομέα.
2. Των φόρων, κάθε είδους, που αποδίδονται στο κράτος.
3. Των χρηματοδοτικών εξόδων των δανεισθέντων από το εξωτερικό κεφαλαίων.
4. Των αποσβέσεων.
5. Των καθαρών εσόδων των επιχειρήσεων.

Η αξία των παραγόμενων αγαθών και υπηρεσιών ισοδυναμεί με τις δαπάνες της τουριστικής κατανάλωσης. Οι δαπάνες, με τη σειρά τους, δημιουργούν εισοδήματα σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων που απασχολούνται στα τουριστικά καταλύματα, τα εστιατόρια, τα γραφεία ταξιδιών, τα κέντρα αναψυχής, τα μεταφορικά μέσα, τα φεστιβάλ, κ.λ.π., δηλαδή οπουδήποτε οι τουρίστες δαπανούν τα χρήματά τους. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι ο τουριστικός τομέας εμπλέκει στην παραγωγική διαδικασία τους περισσότερους οικονομικούς κλάδους μίας εθνικής οικονομίας, ο υπολογισμός της προστιθέμενης αξίας συνεπάγεται την προσέγγιση του τμήματος που αποδίδεται στον τουρισμό στη συνολική παραγωγή των εμπλεκόμενων οικονομικών κλάδων.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, το τουριστικό προϊόν είναι ένα πολυσύνθετο προϊόν, συμπαραγόμενο από πολλούς κλάδους παραγωγής. Επομένως, η οικονομική συνεισφορά του «τομέα» σε προστιθέμενη αξία, σε απασχόληση, επενδύσεις, περιφερειακή ανάπτυξη και φορολογικά έσοδα διαχέεται σε πολλούς κλάδους υλικής παραγωγής και υπηρεσιών. Σε όλα τα ανωτέρω απαντά η παρούσα επενδυτική πρόταση η οποία έχει σαν στόχο τη δημιουργία μιας νέας σύγχρονης τουριστικής επιχείρησης με προσφορά άριστων παρεχόμενων υπηρεσιών, η οποία θα συνεισφέρει στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας του τουριστικού προϊόντος και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη της οικονομίας αυτής της παραμεθόριας περιοχής.

4.5.3 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΟΦΕΛΗ

Η υλοποίηση του εν λόγω επιχειρηματικού σχεδίου, θα συμβάλλει στη δημιουργία μιας απολύτως υγιούς τουριστικής επιχείρησης, η οποία θα βοηθήσει στην οικονομική ανάπτυξη του Δήμου Μετσόβου και της ευρύτερης περιοχής του Ν. Ιωαννίνων, ενώ παράλληλα θα συμβάλλει στην ελάττωση της ανεργίας με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι νέες θέσεις εργασίας θα καλυφθούν από το ντόπιο εργατικό δυναμικό. Επιπλέον, η αξία των παραγόμενων αγαθών και υπηρεσιών ισοδυναμεί με τις δαπάνες της τουριστικής κατανάλωσης. Οι δαπάνες, με τη σειρά τους, δημιουργούν εισοδήματα σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων, ξεκινώντας από αυτούς που θα ασχοληθούν με την κατασκευή και τον εξοπλισμό της προτεινόμενης τουριστικής μονάδας διανυκτέρευσης, όσο και με τους καθαρά εμπλεκόμενους με το τουριστικό προϊόν (εστιατόρια, γραφεία ταξιδιών, κέντρα αναψυχής, μεταφορικά μέσα, κ.λ.π.), δηλαδή οπουδήποτε οι τουρίστες δαπανούν τα χρήματά τους.

Με την υλοποίηση του σχεδίου δεν προκαλείται κορεσμός αλλά αντίθετα καλύπτονται οι αυξημένες ανάγκες της Περιφερειακής Ενότητας Ιωαννίνων σε υποδομές διανυκτέρευσης υψηλής κατηγορίας και ανώτερου επιπέδου.

Από την ανάλυση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης και σύμφωνα με τις παραδοχές λειτουργίας που πήραμε, προκύπτει ότι η μονάδα αυτή θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα.

Τέλος, η νέα τουριστική μονάδα θα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής αφού θα δημιουργήσει νέες θέσεις πλήρους απασχόλησης, θα αυξήσει το εισόδημα των κατοίκων της περιοχής και θα τονώσει την τοπική οικονομία.

4.6 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΠΑΡΑΔΟΧΩΝ

Η παρούσα μελέτη βιωσιμότητας, αφορά την αποπεράτωση κτιρίου ανεξάρτητων τουριστικών ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων «3 κλειδιών», δυναμικότητας 8 δωματίων – 19 κλινών (1 μονόκλινο, 4 δίκλινα, 2τρίκλινα, 1 τετράκλινο) . Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια προβλέπεται να λειτουργούν 12 μήνες το χρόνο. Η παρούσα οικονομοτεχνική μελέτη βιωσιμότητας έχει πραγματοποιηθεί με βάση τις εξής παραδοχές:

- Η μελέτη βασίζεται στην ανάλυση των οικονομικών στοιχείων των τουριστικών επιχειρήσεων με δραστηριότητα υπηρεσιών παροχής καταλύματος της Ηπείρου και ειδικότερα για την Π.Ε. Ιωαννίνων , σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του ΕΟΤ και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων(ΣΕΤΕ)
- Για την αύξηση του βαθμού πληρότητας της τουριστικής επιχείρησης, έχουν υπολογιστεί οι δείκτες ανάπτυξης του αριθμού των επισκεπτών, σύμφωνα με μελέτη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος καθώς και του ΣΕΤΕ. Σύμφωνα με τα ανωτέρω στοιχεία, προβλέπεται η αύξηση του αριθμού των τουριστών στην Ελλάδα κατά 8 - 15% για τα επόμενα 7 έτη.
- Το κόστος των δαπανών που υπολογίζεται για την πενταετία μετά την ολοκλήρωση της επένδυσης βασίζεται στις προβλέψεις που υπάρχουν για την εξέλιξη της οικονομίας της χώρας, την μεταβολή του εγχώριου ΑΕΠ και την αύξηση του πληθωρισμού κατά 1-2% τα επόμενα χρόνια.
- Η επιχείρηση, έχει σαν στόχο την δημιουργία μιας τουριστικής επιχείρησης, η οποία θα παρέχει ποιοτικές και αξιόπιστες υπηρεσίες στους επισκέπτες και έτσι θα συμβάλλει στην αναγκαία αύξηση της δυναμικότητας της ελληνικής τουριστικής

βιομηχανίας και στον εμπλουτισμό του ελληνικού branding. Η αύξηση που αναμένεται στην πληρότητα της επιχείρησης μετά το πρώτο έτος λειτουργίας της, έχει υπολογιστεί σε 2-3% ανά έτος, με αποτέλεσμα την συνεχόμενη αύξηση του κύκλου εργασιών της σε βάθος πενταετίας.

- Δε λαμβάνεται υπ όψιν το ενδεχόμενο κάποιας μη επιθυμητής μεταβολής της οικονομικής κατάστασης της χώρας. Το επενδυτικό σχέδιο γίνεται με βάση τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σήμερα.
- Η λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας είναι συνεχής και η διάρκεια αυτής είναι 12 μήνες.
- Οι τιμές ενοικίασης των δωματίων της επιχείρησης είναι σύμφωνες με τις υφιστάμενες τιμές, με τις οποίες λειτουργεί η περιοχή των Ιωαννίνων για κατηγορία καταλυμάτων ανάλογης εμβέλειας.

4.7 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΕΡΓΟΥ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

Σε αυτό το κομμάτι παρατίθενται αναλυτικά όλες οι εργασίες που εκκρεμούν και το εκτιμώμενο κόστος αυτών. Στο τέλος υπάρχει ένας συγκεντρωτικός πίνακας που περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες ανά κατηγορία και το σύνολο των δαπανών που αναμένεται να προκύψει.

4.7.1 ΚΤΗΡΙΑ- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

ΕΡΓΑΣΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Ισοπεδώσεις-Διαμορφώσεις	500
Πλακοστρώσεις εξωτερικών χώρων	3000
Τοίχοι γυψοσανίδων	1000
Επενδύσεις τοίχων με πλακίδια πορσελάνης	6000
Επενδύσεις όψεων με πέτρα περιοχές Μετσόβου	26000
Στρώσεις δαπέδων	28000
Σιδερένιες πόρτες	800
Γκαραζόπορτα με τηλ/ρια	3000
Ντουλάπες κοινές	10000
Ντουλάπια κουζίνας	2500
Ψευδοροφές	2000
Πλαστικά επί τοίχου	7000
Πλήρες σετ λουτρού	5000
Ύδρευση- αποχέτευση (wc, κουζίνα)	1500
Συνδέσεις με δίκτυα(ΔΕΗ, ΟΤΕ, ύδρευσης αποχετεύσεων)	2500
ΣΥΝΟΛΟ	98800

4.7.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ και ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΩΝ ΧΩΡΩΝ

Ο προμηθευόμενος εξοπλισμός θα είναι καινούργιος, αμεταχείριστος και στην κυριότητα της επιχείρησης. Οι δαπάνες για την προμήθεια απαραίτητου ξενοδοχειακού εξοπλισμού της επιχείρησης αφορούν την κάλυψη των αναγκών αυτής σε απαραίτητο ξενοδοχειακό εξοπλισμό και στόχο έχουν την παροχή άριστων υπηρεσιών και την δημιουργία όλων των απαραίτητων συνθηκών εργασίας και ασφάλειας για τους εργαζόμενους και τους επισκέπτες. Οι συγκεκριμένες δαπάνες είναι απαραίτητες για τον ολοκληρωμένο χαρακτήρα του επενδυτικού σχεδίου.

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Εξοπλισμός υπνοδωματίων (έπιπλα)	15000
Εξοπλισμός κεντρικού χώρου	3000
Οικιακός εξοπλισμός	1000
Ηλεκτρικές συσκευές (λευκές συσκευές, τηλεοράσεις, tablet με σύνδεση στο internet)	6000
Εξοπλισμός κήπου	3000
Εξοπλισμός υποδοχής, καθιστικού και δωματίων	7200
ΣΥΝΟΛΟ	35200

4.7.3 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ- ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ και ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Σωληνώσεις κεντρικής θέρμανσης	3500
Κεντρική θέρμανση με δεξαμενή αερίου	9500
Ηλιακός συλλέκτης	2000
ΣΥΝΟΛΟ	15000

4.7.4 ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Αναθέωση οικοδομικής άδειας	4000
Επίβλεψη αποπεράτωσης εργασιών	5500
ΣΥΝΟΛΟ	9550

4.7.5 ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Εξειδικευμένο λογισμικό διαχείρισης κρατήσεων	2000

4.7.6 ΠΡΟΒΟΛΗ- ΠΡΟΩΘΗΣΗ

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Κατασκευή ιστοσελίδας	2500
Διαχείριση ηλεκτρονικής προώθησης	700
ΣΥΝΟΛΟ	3200

4.7.7 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΑΠΑΝΩΝ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
ΚΤΗΡΙΑ- ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	98800
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ και ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΩΝ ΧΩΡΩΝ	35200
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ- ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ και ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	15000
ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ	9550
ΛΟΓΙΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	2000
ΠΡΟΒΟΛΗ- ΠΡΟΩΘΗΣΗ	3200
ΣΥΝΟΛΟ	163750

4.8 ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

4.8.1 ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΑΝΑ ΜΗΝΑ

Οι τιμές ενοικίασης των δωματίων, της επιχείρησης είναι σύμφωνες με τις υφιστάμενες τιμές, με τις οποίες λειτουργεί η περιοχή των Ιωαννίνων για κατηγορία καταλυμάτων ανάλογης εμβέλειας. Αυτές κυμαίνονται από για το μονόκλινο δωμάτιο στα 40€, τα δίκλινα δωμάτια από 70€ έως 80€, τα τρίκλινα δωμάτια από 80€ έως 90€ και το τετράκλινο δωμάτιο από 90€ έως 120€ ανά διανυκτέρευση και ανάλογα με την περίοδο ενοικίασης. Πιο αναλυτικά οι τιμές του κάθε διαμερίσματος-δωματίου για κάθε μήνα λειτουργίας είναι οι εξής:

4.8.1.1 ΜΟΝΟΚΛΙΝΟ

ΜΗΝΑΣ	ΤΙΜΗ ανά ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	40
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	40
ΜΑΡΤΙΟΣ	40
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	40
ΜΑΙΟΣ	40

ΙΟΥΝΙΟΣ	40
ΙΟΥΛΙΟΣ	40
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	40
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	40
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	40
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	40
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	40

4.8.1.2 ΔΙΚΛΙΝΑ

ΜΗΝΑΣ	ΤΙΜΗ ανά ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	70
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	70
ΜΑΡΤΙΟΣ	70
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	70
ΜΑΙΟΣ	60
ΙΟΥΝΙΟΣ	60
ΙΟΥΛΙΟΣ	70
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	80
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	70
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	70
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	70
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	80

4.8.1.3 ΤΡΙΚΛΙΝΑ

ΜΗΝΑΣ	ΤΙΜΗ ανά ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	80
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	80
ΜΑΡΤΙΟΣ	80
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	80
ΜΑΙΟΣ	70
ΙΟΥΝΙΟΣ	70
ΙΟΥΛΙΟΣ	80
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	90
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	80
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	80
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	80

ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	90
-----------	----

4.8.1.4 ΤΕΤΡΑΚΛΙΝΟ

ΜΗΝΑΣ	ΤΙΜΗ ανά ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΗ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	100
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	100
ΜΑΡΤΙΟΣ	100
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	100
ΜΑΙΟΣ	90
ΙΟΥΝΙΟΣ	90
ΙΟΥΛΙΟΣ	100
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	120
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	100
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	100
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	100
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	120

4.8.2 ΕΚΤΙΜΟΜΕΝΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΣΕ ΒΑΘΟΣ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑΣ

Οι δείκτες ανάπτυξης του αριθμού των επισκεπτών έχουν υπολογιστεί σύμφωνα με μελέτη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος. Με βάση τα συγκεκριμένα στοιχεία προβλέπεται η αύξηση του αριθμού των τουριστών στην Ελλάδα κατά 8- 15% για τα επόμενα 7 έτη. Οπότε μετά το 1ο έτος υπολογίζεται μια αύξηση στο ποσοστό πληρότητας από 2 έως 2,5 τοις εκατό. Αναλυτικά η πληρότητα του καταλύματος για την πενταετία μετά την ολοκλήρωση της επένδυσης υπολογίζεται ως εξής:

4.8.2.1 ΠΡΩΤΟ ΕΤΟΣ

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	58,00%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	55,00%
ΜΑΡΤΙΟΣ	54,00%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	69,00%
ΜΑΙΟΣ	49,00%
ΙΟΥΝΙΟΣ	47,00%
ΙΟΥΛΙΟΣ	54,00%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	74,00%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	65,00%
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	59,00%
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	60,00%

ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	77,00%
-----------	--------

4.8.2.2 ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΤΟΣ

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	60,00%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	57,00%
ΜΑΡΤΙΟΣ	56,00%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	71,00%
ΜΑΙΟΣ	51,00%
ΙΟΥΝΙΟΣ	49,00%
ΙΟΥΛΙΟΣ	56,00%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	76,00%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	70,00%
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	61,00%
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	62,00%
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	78,50%

4.8.2.3 ΤΡΙΤΟ ΕΤΟΣ

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	62,50%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	56,50%
ΜΑΡΤΙΟΣ	58,50%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	73,00%
ΜΑΙΟΣ	53,50%
ΙΟΥΝΙΟΣ	51,50%
ΙΟΥΛΙΟΣ	58,50%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	78,00%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	69,50%
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	63,50%
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	64,00%
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	81,50%

4.8.2.4 ΤΕΤΑΡΤΟ ΕΤΟΣ

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	64,50%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	61,50%

ΜΑΡΤΙΟΣ	60,50%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	75,50%
ΜΑΙΟΣ	55,50%
ΙΟΥΝΙΟΣ	53,50%
ΙΟΥΛΙΟΣ	60,50%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	80,50%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	71,50%
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	65,50%
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	66,00%
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	83,00%

4.8.2.5 ΠΕΜΠΤΟ ΕΤΟΣ

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	66,50%
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	63,50%
ΜΑΡΤΙΟΣ	62,50%
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	77,50%
ΜΑΙΟΣ	57,50%
ΙΟΥΝΙΟΣ	55,50%
ΙΟΥΛΙΟΣ	62,50%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	82,50%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	73,50%
ΟΚΤΩΒΡΗΣ	67,50%
ΝΟΕΜΒΡΗΣ	68,50%
ΔΕΚΕΜΒΡΗΣ	85,50%

4.9 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΣΟΔΩΝ

Οι προβλέψεις των εσόδων προκύπτουν από την ενοικίαση των δωματίων και μόνο. Οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία παρέχεται επί πληρωμή δεν είναι ακόμα υπολογίσιμη καθώς δεν έχει κοστολογηθεί ακόμα. Οπότε στο συγκεκριμένο σενάριο, δεν μπορούμε να υπολογίσουμε τα κέρδη από την καφετέρια και από τα πρωινά. Παρόλα αυτά δανειζόμαστε στοιχεία για αντίστοιχα ενοικιαζόμενα δωμάτια στην περιοχή, όπου τα έξοδα ξεκινούν από 14000 κι αυξάνονται σταδιακά ανά έτος, ενώ τα κέρδη είναι σχεδόν σταθερά στα 4.000 με 5.000 ανά έτος (τα θέσαμε στα 4500 για να είμαστε όσο το δυνατόν περισσότερο αντικειμενικοί).

4.9.1 ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΣΟΔΩΝ

ΕΤΟΣ	ΕΣΟΔΑ
------	-------

1ο	122195
2ο	126221
3ο	131254
4ο	135280
5ο	139306
ΣΥΝΟΛΟ	654256

4.9.2 ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΕΣΟΔΑ (πρωινά και καφετέρια)

ΕΤΟΣ	ΕΞΟΔΑ	ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	ΚΕΡΔΟΣ
1ο	14000	18500	4500
2ο	14230	18730	4500
3ο	14700	19200	4500
4ο	15110	19610	4500
5ο	15560	20600	4500
ΣΥΝΟΛΟ	73600	96640	22500

4.10 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΞΟΔΩΝ

Τα έξοδα ανά έτος, ταξινομούνται στις εξής κατηγορίες:

- **Κόστος μισθοδοσίας- αμοιβές προσωπικού:** υπολογίζεται για έναν υπάλληλο καθαριότητας πλήρους ωραρίου.
- **Δαπάνες πρώτων υλών και υπηρεσιών.**
- **Ενοίκια.**
- **Λειτουργικές δαπάνες:** ανέρχονται περίπου στο 12,00 % του τζίρου της επιχείρησης.
- **Δαπάνες ηλεκτρισμού:** ανέρχονται περίπου στο 7,00 % του τζίρου της επιχείρησης.
- **Κόστος αναλώσιμων:** ανέρχεται περίπου στο 3,00 % του τζίρου της επιχείρησης.
- **Έξοδα διοίκησης:** κυμαίνονται στο 2,00 % περίπου του τζίρου της επιχείρησης.
- **Έξοδα συντήρησης:** κυμαίνονται στο 2,50 % περίπου του τζίρου της επιχείρησης.
- **Αμοιβές τρίτων:** ανέρχονται περίπου στο 3,00% του τζίρου της επιχείρησης.
- **Γενικά- άλλα έξοδα:** ανέρχονται στο 3,50 % περίπου του τζίρου της επιχείρησης.

- **Έξοδα προβολής και προώθησης:** κυμαίνονται σε ποσοστό περίπου 3,00 % του τζίρου της επιχείρησης.
- **Φόροι:** Υπολογίζονται στο 3% επί των εσόδων διαμονής

4.10.1 ΠΙΝΑΚΕΣ ΕΞΟΔΩΝ

4.10.1.1 ΠΡΩΤΟ ΕΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Μισθοδοσία- αμοιβές προσωπικού	8244
Πρώτες ύλες και υπηρεσίες	1135
Ενοίκια	2400
Λειτουργικές δαπάνες	14209
Δαπάνες ηλεκτρισμού	8288
Αναλώσιμα	3552
Έξοδα διοίκησης	2368
Έξοδα συντήρησης	2960
Αμοιβές τρίτων	3552
Άλλα έξοδα	4144
Έξοδα προβολής και προώθησης	3552
Φόροι	3552
ΣΥΝΟΛΟ	57956

4.10.1.2 ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Μισθοδοσία- αμοιβές προσωπικού	8408
Πρώτες ύλες και υπηρεσίες	1158
Ενοίκια	2400
Λειτουργικές δαπάνες	14493
Δαπάνες ηλεκτρισμού	8454
Αναλώσιμα	3623
Έξοδα διοίκησης	2415
Έξοδα συντήρησης	3019
Αμοιβές τρίτων	3623
Άλλα έξοδα	4227
Έξοδα προβολής και προώθησης	3623
Φόροι	3623
ΣΥΝΟΛΟ	59066

4.10.1.3 ΤΡΙΤΟ ΕΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Μισθοδοσία- αμοιβές προσωπικού	8557
Πρώτες ύλες και υπηρεσίες	1181
Ενοίκια	2400
Λειτουργικές δαπάνες	14783
Δαπάνες ηλεκτρισμού	8623
Αναλώσιμα	3695
Έξοδα διοίκησης	2463
Έξοδα συντήρησης	3079
Αμοιβές τρίτων	3695
Άλλα έξοδα	4311
Έξοδα προβολής και προώθησης	3695
Φόροι	3695
ΣΥΝΟΛΟ	60177

4.10.1.4 ΤΕΤΑΡΤΟ ΕΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Μισθοδοσία- αμοιβές προσωπικού	8748
Πρώτες ύλες και υπηρεσίες	1205
Ενοίκια	2400
Λειτουργικές δαπάνες	15078
Δαπάνες ηλεκτρισμού	8796
Αναλώσιμα	3769
Έξοδα διοίκησης	2513
Έξοδα συντήρησης	3141
Αμοιβές τρίτων	3769
Άλλα έξοδα	4398
Έξοδα προβολής και προώθησης	3769
Φόροι	3769
ΣΥΝΟΛΟ	61355

4.10.1.5 ΠΕΜΠΤΟ ΕΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Μισθοδοσία- αμοιβές προσωπικού	8923

Πρώτες ύλες και υπηρεσίες	1229
Ενοίκια	2400
Λειτουργικές δαπάνες	15380
Δαπάνες ηλεκτρισμού	8971
Αναλώσιμα	3845
Έξοδα διοίκησης	2563
Έξοδα συντήρησης	3204
Αμοιβές τρίτων	3845
Άλλα έξοδα	4485
Έξοδα προβολής και προώθησης	3845
Φόροι	3845
ΣΥΝΟΛΟ	62535

4.10.1.6 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΞΟΔΩΝ

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1ο	57956
2ο	59066
3ο	60177
4ο	61355
5ο	61355
ΣΥΝΟΛΟ	299909

4.11 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ- ΠΩΛΗΣΕΩΝ

4.11.1 ΝΕΚΡΟ

ΣΗΜΕΙΟ

Η πιο γνωστή μέθοδος ανάλυσης των σχέσεων κόστους, πωλήσεων και κερδών είναι η ανάλυση του νεκρού σημείου λειτουργίας της επιχείρησης (break-even point analysis) η οποία ερευνά το σημείο στο οποίο το σύνολο των εσόδων ισούται με το σύνολο των εξόδων ή αλλιώς υποδεικνύει το επίπεδο δραστηριότητας το οποίο πρέπει να αναπτύξει η επιχείρηση για να αρχίσει να έχει κέρδη.

Προσδιορισμός σε μονάδες : Όταν η επιχείρηση ασχολείται με ένα μόνο προϊόν ο προσδιορισμός του νεκρού σημείου σε μονάδες πωλήσεων είναι απλός. Το ΝΣ είναι ο αριθμός των μονάδων του προϊόντος που θα πρέπει να πωληθεί ώστε τα έσοδα που θα προκύψουν να μπορούν να καλύψουν το σύνολο των εξόδων. Θα πρέπει δηλαδή η διαφορά μεταξύ τιμής και μεταβλητού κόστους (περιθώριο εισφοράς στο κέρδος όλων των πωληθέντων μονάδων) να ισούται στο σημείο αυτό με το σταθερό κόστος.

Προσδιορισμός σε αξία : Επειδή οι περισσότερες επιχειρήσεις διακινούν περισσότερα

από ένα προϊόντα, είναι δύσκολο να προσδιοριστεί ο απαιτούμενος όγκος πωλήσεων κατά προϊόν για τον προσδιορισμό του ΝΣ . Σε αυτή την περίπτωση προσδιορίζουμε το ΝΣ σε αξία πωλήσεων αντί σε μονάδες(το μεταβλητό κόστος εκφράζεται ως ποσοστό επί των πωλήσεων).

4.11.2 ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Είναι η ποσοστιαία διαφορά των Πωλήσεων που έχουν προϋπολογιστεί σε σχέση με τις Πωλήσεις του Νεκρού Σημείου και δείχνει το μέγιστο ποσοστό που μπορούν να μειωθούν οι πωλήσεις, από το προϋπολογισμένο επίπεδο και να εξακολουθεί να υπάρχει κέρδος. Επί της ουσίας, όσο μειώνεται το συγκεκριμένο ποσοστό, τόσο μειώνεται και η ευαισθησία της επένδυσης.

4.12 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ

	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	57956	59066	60177	61355	61355
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	14000	14230	14700	15110	15560
ΕΣΟΔΑ	140695	144951	150454	154890	159906
ΠΑΠ	0,46	0,45	0,44	0,44	0,43

Παρατηρούμε ότι κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλό ποσοστό γεγονός ιδιαίτερα ενθαρρυντικό. Επίσης παρατηρείται μια σταδιακή μείωση, πράγμα που σημαίνει ότι η επένδυση αναμένεται να γίνει παραγωγικότερη κατά έτος για την ερχόμενη πενταετία.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία παρουσιάζεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο για τη μετατροπή μιας οικοδομής σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, στο δήμο Μετσόβου. Αν και πρόκειται για μια ολοκληρωμένη μελέτη, πρέπει να τονιστεί ότι η συγκεκριμένη εργασία δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί από υποψήφιους επενδυτές, καθώς δεν υπήρχαν στη διάθεσή μας όλα τα απαραίτητα στοιχεία. Παρόλα αυτά αποτελεί ένα παράδειγμα ως προς τη μεθοδολογία που θα πρέπει να ακολουθηθεί σε αντίστοιχες καταστάσεις.

Αρχικά, παρουσιάστηκαν τα βασικά σημεία του επενδυτικού σχεδίου. Περιγράφηκε η υπάρχουσα κατάσταση, κατηγοριοποιήθηκαν οι δαπάνες, τέθηκε ένα ρεαλιστικό χρονοδιάγραμμα, επισημάνθηκε η σημασία του έργου και σημειώθηκαν οι παράμετροι που λήφθηκαν υπόψιν. **Η διαδικασία της περιγραφής του επενδυτικού σχεδίου ολοκληρώθηκε με την ανάλυση SWOT**, της οποίας η μεθοδολογία αναλύθηκε.

Στη συνέχεια παρουσιάστηκαν κάποια βασικά χαρακτηριστικά της περιφέρειας Ηπείρου, της περιφερειακής ενότητας Ιωαννίνων και του δήμου Μετσόβου. Τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά δεν αφορούν αμιγώς το τουριστικό προϊόν. Είναι **μια ευρύτερη προσπάθεια κατανόησης της περιοχής και των κατοίκων, η οποία κρίνεται απαραίτητη προκειμένου το παρών σχέδιο να στεφθεί με επιτυχία**. Επίσης, γίνεται αναφορά σε μερικούς από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της περιοχής, καθώς και σε δραστηριότητες που μπορούν να προσελκύσουν κόσμο. **Αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας στην περιοχή, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως φαίνεται να υπάρχει εύφορο πεδίο για αντίστοιχα επιχειρηματικά σχέδια**.

Μετάπειτα έγινε μια εκτενής ανάλυση του Ελληνικού τουρισμού, της πολυεπίπεδης σημασίας του, της διεθνής του θέσης, της ανάπτυξής του αλλά και των αδυναμιών του. Δυστυχώς τα περισσότερα διαθέσιμα στοιχεία δεν ήταν αρκετά πρόσφατα, γεγονός που δυσκόλεψε την εξαγωγή συμπερασμάτων. **Είναι βέβαιο ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα**

τα τελευταία έτη παρουσιάζει σταθερά αυξητική πορεία και στην περίοδο της κρίσης ήταν ένας από τους λίγους τομείς που παρουσίασαν έντονο επενδυτικό ενδιαφέρον. Αν συμπεριληφθεί σε αυτό και η αύξηση της απασχόλησης στον κλάδο, γίνεται αντιληπτό ότι πρόκειται όχι μόνο για έναν από τους σημαντικότερους τομείς στην οικονομία της χώρας (≈ 10% ΑΕΠ της χώρας), αλλά και για ένα ανταγωνιστικό “προϊόν” σε διεθνή κλίμακα. **Παρόλα αυτά**, υπάρχει μεγάλο περιθώριο αναβάθμισης του τουρισμού σε όλα τα επίπεδα, καθώς **δε φαίνεται να υπάρχει ένα ευρύτερο σχέδιο που να μπορεί να εγγυάται ταυτόχρονα μεγαλύτερη προσέλκυση τουριστών, ελάφρυνση για τις μικρότερες ξενοδοχειακές μονάδες και καλύτερες συνθήκες για το απασχολούμενο προσωπικό.**

Το τελευταίο κομμάτι της εργασίας ασχολείται αποκλειστικά με το επιχειρηματικό σχέδιο. Στην αρχή παρουσιάζεται η φιλοσοφία της επιχείρησης και παρουσιάζονται οι στόχοι της, η μεθοδολογία για την επίτευξη αυτών των στόχων, αλλά και τα αναμενόμενα αποτελέσματα. **Με βάση τη φιλοσοφία της επιχείρησης αναλύεται το σχέδιο λειτουργίας και ανάπτυξης της επένδυσης το οποίο στοχεύει στο να διαμορφώσει μια σύγχρονη πρότυπη μονάδα ενοικιαζόμενων δωματίων πλήρως εναρμονισμένη με τις απαιτήσεις της εποχής.** Γι αυτό το λόγο γίνεται εκτενής αναφορά στις υποδομές για ΑμεΑ, στη μη επιβάρυνση του περιβάλλοντος και στην παροχή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου.

Πρώτο βήμα για τη μελέτη βιωσιμότητας του σχεδίου αποτέλεσε η ανάλυση του επενδυτικού ρίσκου. Επί της ουσίας, **ο μεγαλύτερος μελλοντικός κίνδυνος για την επιχείρηση είναι ένας ενδεχόμενος υπερδανεισμός**, κάτι που αυτή τη στιγμή δεν αποτελεί πρόβλημα.

Στη συνέχεια, αναλύθηκε η κρισιμότητα του σχεδίου για την περιοχή και τα αναμενόμενα οφέλη της επένδυσης. **Η νέα τουριστική μονάδα αναμένεται να τονώσει την τοπική οικονομία** καθώς θα δημιουργήσει θέσεις πλήρους απασχόλησης και θα συμβάλλει στην αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων της περιοχής.

Αφότου γίνει η καταγραφή των βασικών παραδοχών, παρατίθενται αναλυτικά όλες οι εργασίες που εκκρεμούν ανα κατηγορία, καθώς και το εκτιμώμενο κόστος αυτών (1.7.7 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΑΠΑΝΩΝ).

Ύστερα παρουσιάζεται η εκτιμώμενη κατάσταση σε βάθος πενταετίας. Πιο συγκεκριμένα **αναμένεται κάθε έτος τα έσοδα να υπερβαίνουν τα έξοδα για τα πέντε πρώτα χρόνια.** Αυτό συμβαίνει για 2 λόγους: πρώτον γιατί το ποσό δανειοδότησης είναι μικρό σχετικά με την επένδυση και δεύτερον γιατί οι εργασίες αποπεράτωσης βρίσκονταν από πριν σε προχωρημένο στάδιο.

Τέλος, παρουσιάζεται μια ανάλυση κόστους- πωλήσεων, στην οποία προσεγγίσαμε το νεκρό σημείο για κάθε έτος, σύμφωνα με την προσδοκώμενη κατάσταση. Τα αποτελέσματα ήταν ιδιαίτερα ενθαρρυντικά καθώς το Περιθώριο Ασφάλειας Πωλήσεων ξεκίνησε από 0,46 την πρώτη χρονιά και σταδιακά μειωνόταν- γεγονός

που δείχνει ότι υπάρχει περιθώριο για να γίνει ακόμα παραγωγικότερη η συγκεκριμένη επένδυση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

(1) ΠΕΠ ΗΠΕΙΡΟΥ διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://peproe.gr/3kps/region/epirus/epirus.htm>

(2) ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <http://www.adriatic-route.com/wp-content/uploads/2015/12/%CE%A3%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%A4%CE%97%CE%93%CE%99%CE%9A%CE%9F-%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%99%CE%91%CE%9A%CE%9F-%CE%A3%CE%A7%CE%95%CE%94%CE%99%CE%9F-%CE%93%CE%99%CE%91-%CE%A4%CE%97%CE%9D-%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%A0%CE%A4%CE%A5%CE%9E%CE%97-%CE%A4%CE%9F%CE%A5-%CE%98%CE%95%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%A5-%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A5.pdf>

(3) Απόστολος Μάλλας (2004). Προτάσεις για τη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης Ηπείρου. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

(4) Αγγελική Πλάγου (2016). Περιφερειακή Ενότητα Ιωαννίνων ... όπου η ομορφιά περισσεύει. Εκδ. ΑΚΑΚΙΑ

(5) Ανάπτυξη μορφών τουρισμού προσαρμοσμένων στο περιβάλλον στο Μέτσοβο και στα Ζαγοροχώρια διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: http://old.ntua.gr/MIRC/5th_conference/ergasies/32%20%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91%CE%A1%CE%91%CE%93%CE%9A%CE%91%CE%A3%20%CE%A3%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%A4%CE%96%CE%97%20%CE%93%CE%9A%CE%91%CE%A1%CE%91%CE%93%CE%9A%CE%9F%CE%A5%CE%9D%CE%97%CE%A3%20%CE%9A%CE%91%CE%A1%CE%91%CE%93%CE%9A%CE%9F%CE%A5%CE%9D%CE%97%20%CE%A0%CE%91%CE%9B%CE%91%CE%99%CE%9F%CE%9B%CE%9F%CE%93%CE%9F%CE%A5.pdf

(6) Άρης Ίκκος- Σεραφείμ Κουτσός Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία το 2017. ΣΕΤΕ (2018).

(7) IOBE (2012). Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.

(8) ENTERPRISE GREECE διαθέσιμο στο διαδικτυακό τόπο: <https://www.enterprisegreece.gov.gr/ependyste-sthn-ellada/kladoi-aixmhs/toyrismos>

⁽⁹⁾ ΣΕΤΕ (2016). Ελληνικός Τουρισμός: Εξελίξεις- Προοπτικές. Τεύχος 1

⁽¹⁰⁾ Χατζηδάκης Α. (2015). ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ 2008- 2015. Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.

ΒΟΗΘΗΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΔΟΥΝΙΑΣ Γ. & ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ Β. (2002). ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΙΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ.

ΚΕΠΕ (2014). Οικονομικές Εξελίξεις. Τεύχος 24.

Μαντικός Β. Μ. (2019). Swot Analysis. Εκδ. iWrite.gr

ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ (2012). ΠΡΑΚΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ. ΤΖΙΟΛΑ.

ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ Β. (2016). ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.

Χατζηδάκης Α. (2011). Ανάλυση της πορείας της τουριστικής κίνησης 2001- 2010. Αθήνα: Εθνικό Τυπογραφείο.