



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ

Διπλωματική Εργασία

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

του

ΙΩΑΝΝΗ ΓΕΩΡΓΟΥΣΗ

Επιβλέπων Καθηγητής : ΣΥΜΕΩΝ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη
Λογιστική και Χρηματοοικονομική

Νοέμβριος 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία με θέμα << Η Χρηματοοικονομική ανάλυση ξενοδοχειακών μονάδων Χαλκιδικής >> εκπονήθηκε στα πλαίσια ολοκλήρωσης του Μεταπτυχιακού προγράμματος της Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους του καθηγητές μου για τις πολύτιμες γνώσεις και την καθοδήγηση που μου μετέδωσαν καθόλου την διάρκεια των σπουδών μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα. Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Συμεών Παπαδόπουλο για την συμπαράσταση και τη στήριξη που μου πρόσφερε κατά την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας.

Επιπλέον τους συμφοιτητές μου και την γραμματεία του μεταπτυχιακού προγράμματος για την βοήθεια και την ενημέρωση που μου παρείχαν. Τέλος θα ήθελα να εκφράσω θερμές ευχαριστίες στην οικογένεια μου για την ηθική και οικονομική στήριξη που μου πρόσφεραν κατά την διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών μου.

Γεωργούσης Ιωάννης
Θεσσαλονίκη, Νοέμβριος 2018

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία αναφέρεται στην ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων στην Χαλκιδική. Μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης των δυο ομίλων που επιτυγχάνεται με διάφορους μεθόδους ανάλυσης, και της μελέτης τους διαπιστώνεται ο τρόπος λειτουργίας αλλά και η πρόβλεψη για το μέλλον των μεγάλων και πολυτελών αυτών ξενοδοχειακών μονάδων. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από την χρηματοοικονομική ανάλυση δυο Ανώνυμες ξενοδοχειακές εταιρίες που βρίσκονται στην Χαλκιδική. Οι εταιρίες αυτές είναι το ΣΑΝΗ Α.Ε. με το ξενοδοχείο "Sani Beach", και η εταιρεία ΠΟΡΤΕΣ ΜΕΛΑΘΡΟΝ Α.Ε. με το ξενοδοχείο "Pomegranate Wellness Spa" . Στην αρχή της εργασίας θα γίνεται μια αναφορά σε γενικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα και μετέπειτα με μια σύντομη ανάλυση για τον τουρισμό στην Χαλκιδική και τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις.

ABSTRACT

This diplomatic work refers to the analysis of the financial situations of large hotel units in Halkidiki. Through the Financial Analysis of the two groups achieved by various methods of analysis and their study the way of operation and the anticipation for the future of these large and luxurious hotel units are established. This is achieved through the Financial Analysis of two Anonymous hotel companies located in Halkidiki. These companies are SANI S.A., with the Sani beach Hotel and the company PORTES MELATHRON S.A., with the Pomegranate Wellness Spa Hotel. At the beginning of the work a reference is made to general information about tourism in Greece and later on with a brief analysis of tourism in Halkidiki and hotel Facilities.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ	6
1.1. Αιτιολόγηση του θέματος.....	6
1.2. Σκοπός της διπλωματικής εργασίας	8
1.3. Διάρθρωση της μελέτης	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ	
ΚΛΑΔΟΥ	10
2.1. Γενικά Στοιχεία για τον Τουρισμό Στην Ελλάδα	10
2.1.1. Ο Τουρισμός Στην Ελλάδα Τον 21 ^ο Αιώνα	11
2.1.2. Διακρίσεις & Είδη Τουρισμού.....	13
2.2. Κλάδοι άμεσης τουριστικής παραγωγής	24
2.3. Ο Ορισμός Της Ξενοδοχειακής Επιχείρησης.....	26
2.4. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Ελλάδα	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ	37
3.1. Sani Beach	37
3.2. Pomegranate Wellness Spa	39
3.3. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Χαλκιδική	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	
ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	46
4.1. Λόγοι Ανάλυσης Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων	46
4.2. Ανάλυση Αριθμοδεικτών	48

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

4.2.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας	48
4.2.2. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας.....	50
4.2.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας	53
4.2.4. Αριθμοδείκτες Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Περιουσιακής Διάρθρωσης	54
4.2.5. Περιθωρίου Κέρδους	55
4.3. Κάθετη Ανάλυση Καταστάσεων	56
4.4. Οριζόντια Ανάλυση Καταστάσεων.....	69
4.5. Μελέτη Κεφαλαίου Κίνησης	60
4.5.1. Γενικά Στοιχεία.....	60
4.5.2. Ανάλυση Μεταβολής Κεφαλαίου Κίνησης	61
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ</u>	64
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	66
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι</u>	69
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ</u>	73
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ</u>	81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

1.1. Αιτιολόγηση του θέματος

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα του ανθρώπου που πηγάζει από τις φυσικές του ανάγκες και τις ανάγκες γνωριμίας του περιβάλλοντος, της ιστορίας και του πολιτισμού του. Ο τουρισμός εξελίχθηκε σε οικονομική δραστηριότητα, επειδή προσφέρει τις υπηρεσίες που ο καταναλωτής απαιτεί. Ειδικότερα τα τελευταία χρόνια η δραστηριότητα αυτή προσλαμβάνει όλο και μεγαλύτερη έκταση στον ευρωπαϊκό χώρο. Σαν οικονομική δραστηριότητα, ο τουρισμός εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις διάφορες πολιτικές και καθιστά αναγκαία την προσαρμογή των πολιτικών για την ανάπτυξή του. Είναι όμως φυσικό μια τάση που είχε σαν αφετηρία μια φυσική ανάγκη και εξελίχθηκε σε οικονομική δραστηριότητα σταδιακά και με πειραματικές πρωτοβουλίες οι οποίες περιείχαν κινδύνους, να αποτελεί σήμερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο αντικείμενο έντονων αντιδικιών και κριτικής εξαιτίας του ανύπαρκτου σχεδιασμού και συντονισμού των διαφόρων πολιτικών. Ο τουρισμός ενισχύεται ακόμη περισσότερο και εδραιώνεται με την κατοχύρωση των «θεμελιωδών» κοινωνικών δικαιωμάτων»: κατάκτηση του δικαιώματος για διακοπές, καθορισμένες ώρες εργασίας ελεύθερα σαββατοκύριακα κ.λπ. Έτσι τελικά η ανάγκη αυτή προγραμματίζεται και υλοποιείται από τον οργανωμένο τομέα ο οποίος συνιστά ή διατηρεί ανάλογες υπηρεσίες μέσω των οποίων καλύπτει αυτή την ανθρώπινη δραστηριότητα. Ο θεσμός του τουρισμού δίνει την δυνατότητα στους λαούς να αλληλογνωρισθούν πολιτιστικά, κοινωνικά, γεωγραφικά, κλιματολογικά, ιστορικά, ανθρώπινα. Έτσι στην ενωμένη Ευρώπη, η δραστηριότητα αυτή έχει πρωταρχική σημασία για την αμοιβαία κατανόηση και την αλληλεγγύη που πρέπει να μας χαρακτηρίζει.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα διεθνές, σύνθετο και πολύπλευρο φαινόμενο, το οποίο προσλαμβάνει μαζικές διαστάσεις κατά το δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα. Όσον αφορά στην Ελλάδα αποτέλεσε από τους προηγούμενους αιώνες, αν όχι από την αρχαιότητα, δημοφιλή τόπο προορισμού περιηγήσεων και ταξιδιών. Εδώ ο τουρισμός αλλοδαπών ως συγκροτημένο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο εμφανίζεται από τη δεκαετία του είκοσι και μετά. Τα μεγέθη, μάλιστα που παρουσίασε ήταν ήδη αξιόλογα ώστε από τότε αποτέλεσε αντικείμενο κρατικής μέριμνας. Η επιταχυνόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης και ο μαζικός χαρακτήρας του φαινομένου διαμορφώνονται στην Ελλάδα κατά τη πρώτη μεταπολιτική περίοδο. Σήμερα μάλιστα ο τουρισμός αναγνωρίζεται ότι αποτελεί μία προσοδοφόρα και ανταγωνιστική δραστηριότητα, η οποία όμως εντάσσεται σε ένα σύνθετο πλέγμα εθνικών και διεθνών παραγόντων, ιδιαίτερα ευαίσθητων στη διεθνή οικονομική και πολιτική συγκυρία.

Ένας κλάδος άμεσα συνδεδεμένος με την τουριστική παραγωγή είναι και ο ξενοδοχειακός, το οποίο είναι μεγάλο ζήτημα για τον τουρισμό. Ο κύριος όγκος τουριστών ειδικά στην χώρα μας προτιμάει ως τρόπο διαμονής το ξενοδοχείο. Έχουν σημαντικό ρόλο στην ψυχολογία του τουρίστα. Ο λόγος το ότι είναι ένα από τα πρώτα μέρη που έρχεται σε επαφή όταν επισκέπτεται έναν τόπο. Αν είναι ευχαριστημένος με τον τόπο διαμονής του τότε αυξάνονται πάρα πολύ οι πιθανότητες για την καλή διάθεση του στις διακοπές και ακόμα περισσότερο στον να έχει κερδίσει αυτός ο τόπος αλλά και ο επιχειρηματίας ακόμα έναν διαφημιστή.

1.2. Σκοπός της διπλωματικής εργασίας

Στην πολιτικό, δημοσιογραφικό, επιχειρηματικό τομέα ήδη συζητιέται για το πώς θα κλείσει η τουριστική περίοδος που έχει αρχίσει, για την καλοκαιρινή περίοδο 2018, ο απλός κόσμος κάνει και αυτός επηρεασμένος τις εκτιμήσεις του. Όλοι συζητάνε ένα θέμα που θεωρείται ότι είναι φλέγον αφού η πολιτεία πρέπει να καταλάβει ότι η χώρας μας είναι τουριστική χώρα. Ακόμη πέρσι η Χαλκιδική με λίγες ακόμα περιοχές στην χώρα είχαν πολύ θετικά αποτελέσματα σε σύγκριση με άλλα μέρη που δεν βγήκαν κερδισμένοι.

Μέσα από αυτήν την μελέτη θέλουμε να μελετήσουμε τους λόγους που η Ελλάδα θεωρείται η ναυαρχίδα των τουριστικών θέρετρων για καλοκαιρινές αποδράσεις. Επίσης τους λόγους που δεν είναι στην πράξη η ναυαρχίδα, να διασαφηνίσουμε την σημαντικότητα που υπάρχει να κοιτάμε στο παρελθόν για να προχωράμε στο μέλλον όπου αυτό σημαίνει ότι πόσο σημαντικό είναι να γίνεται χρηματοοικονομική ανάλυση των οικονομικών στοιχείων ώστε να μπορούν να θέτονται υλοποιήσιμοι στόχοι στην επιχείρησης, και τέλος σκοπός της μελέτης είναι να αναφερθούν οι λόγοι και οι τρόποι που η Χαλκιδική έχει θετικά αποτελέσματα στον απολογισμό της από την τουριστική περίοδο.

1.3. Διάρθρωση της μελέτης

Με σκοπό την διασφάλιση της ποιότητας και την αποτροπή παραποίησης των οικονομικών καταστάσεων, η διπλωματική εργασία είναι δομημένη ως εξής:

Αρχικά, στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια του Τουρισμού. Εξηγώντας την σημασία αυτού του όρου για την Ελλάδα, τα είδη του τουρισμού και ποιες επιχειρήσεις εμπλέκονται αναλύεται η μία κατηγορία από αυτές τις επιχειρήσεις, τα ξενοδοχεία. Αναφέρονται ορισμός, η σημασία και η ιστορική αναδρομή για την χώρα μας αλλά και η παρούσα κατάσταση στον κλάδο. Τέλος αναφέρονται καιρία ζητήματα ανάπτυξης για τον κλάδο του τουρισμού αλλά και των ξενοδοχείων στην Ελλάδα.

Στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζονται οι δυο επιχειρήσεις που θα αναλυθούν χρηματοοικονομικά. Οι ξενοδοχειακές μονάδες επιλεγμένες για την ξενοδοχειακή ισχύ της Χαλκιδικής είναι το Sani Beach , και το Pomegranate Wellness Spa. Ακόμη αναλύεται η πορεία αλλά και υπάρχουσα κατάσταση του ξενοδοχειακού κλάδου στην Χαλκιδική. Αυτό πραγματοποιείται για βαθύτερη κατανόηση της πορείας των δυο ξενοδοχειακών μονάδων που αναλύονται.

Στο τέταρτο κεφάλαιο έχοντας περάσει στο πρακτικό σκέλος της εργασίας αναφέρονται οι λόγοι που είναι σημαντική η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων μιας επιχειρηματικής μονάδος. Ακολουθεί η ανάλυση βασικών αριθμοδεικτών των βασικότερων κατηγοριών. Αυτές είναι της Ρευστότητας, της Κυκλοφοριακής Ταχύτητας, Αποδοτικότητας, Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Περιουσιακής Διάρθρωσης και του Περιθωρίου Κέρδους. Στη συνέχεια αναφέρεται η κάθετη και η οριζόντια ανάλυση των ισολογισμών της 3τίας. Και τέλος η μεταβολή του Κεφαλαίου Κίνησης μέσα από μια εκτενή ανάλυση τους. Τα δεδομένα βασίστηκαν στις οικονομικές καταστάσεις που έχει δημοσιεύσει η Icapdata prisma, αλλά και τα άλλα μεγέθη από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις. Το πόνημα ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των ισολογισμών των τριών διαχειριστικών χρήσεων 2014-2016 και με την βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για να ολοκληρωθεί το πόνημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

2.1. Γενικά Στοιχεία για τον Τουρισμό Στην Ελλάδα

Ο Τουρισμός απασχολεί θέμα μείζονος σημασίας για την οικονομία μιας χώρας. Ειδικά για μια χώρα σαν την Ελλάδα. Ο θεσμός του τουρισμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον ξενοδοχειακό κλάδο, ακόμη και στην ιστοσελίδα του χρηματιστηρίου αξιών Αθηνών εντάσσεται ξενοδοχειακός κλάδος στον κλάδο Αναψυχής & Ταξιδιών, άρα για να γίνει κατανοητή η ανάλυση του κλάδου αυτού αρχικά θα αναλυθεί εν συντομία ο κλάδος του τουρισμού .

Ο ρόλος και η συμβολή του τουρισμού στην οικονομία αξιολογείται με βάση την ποσοστιαία «άμεση» συμμετοχή σε διάφορα μεγέθη: ΑΕΠ, καταναλωτική δαπάνη, απασχόληση, ισοζύγιο πληρωμών, επενδύσεις, δημόσια έσοδα. Ωστόσο, υπάρχει και η διάσταση της «έμμεσης» συμβολής του που είναι πολυδιάστατη, καθώς εκφράζεται με τις διασυνδέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ διάφορων κλάδων οι οποίοι άμεσα ή/και έμμεσα εμπλέκονται με την τουριστική κατανάλωση, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη, την παροχή δυνατότητας για πολύ απασχόληση (γενικά και εποχικά), τη συγκράτηση του πληθυσμού σε απομονωμένες ορεινές, νησιωτικές και εν γένει μειονεκτικές περιοχές.

Κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού, μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά είναι τα εξής:

- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.

- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.

Η παραπάνω ανάλυση είναι αρκετά συμβατική και κλασσική. Τα τελευταία χρόνια , αν όχι δεκαετίες ο τουρισμός δεν έχει μόνο ψυχαγωγικό ενδιαφέρον αλλά πολύπλευρο. Σε όλους μας έχει εμφυτευτεί η ιδέα ότι τουρισμός σημαίνει ήλιος και θάλασσα. Αυτό προκύπτει από το μεγάλο ρεύμα τουριστών που ήρθε στη χώρα μας τις δεκαετίες του '70 και του '80 προερχόταν από τη Βόρεια Ευρώπη. Ήταν άνθρωποι που ανακάλυπταν τον ζεστό ήλιο και τη γαλάζια θάλασσα, δηλαδή αυτά που έλειπαν από τις χώρες τους.

2.1.1. Ο Τουρισμός Στην Ελλάδα Τον 21ο Αιώνα

Ο Τουρισμός είναι αναγκαιότητα και αναφαίρετο δικαίωμα των όλων των ατόμων. Όπως έχει αποδειχτεί επιστημονικά επηρεάζει θετικά τόσο στην σωματική όσο και στην ψυχολογική υγεία των ανθρώπων, και λειτουργεί ως τρόπος διαφυγής από την καθημερινότητα. Είναι μία πανάρχαια και ανθρώπινη υπόθεση που ξεκινά από την τάση του ανθρώπου να δει και να γνωρίσει. Είναι η μόνη δραστηριότητα που έχει πραγματικά παγκόσμια διάσταση. Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό αν όχι το σημαντικότερο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και είναι αναμφισβήτητο ότι αποτέλεσε διαχρονικά ένα σημαντικό παράγοντα οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης ενός τόπου και βοήθησε αρκετά στην διεθνή αλληλεγγύη και ειρήνη.

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και πιο συστηματικά οι ειδικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να εμπλουτίσουν τις δραστηριότητές τους και με προγράμματα εξειδικευμένων δράσεων, όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο θεραπευτικός–ιαματικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικολογικός τουρισμός, κ.λπ. Έτσι, η χώρα αποτελεί πλέον έναν προσφιλή τουριστικό προορισμό όχι μόνο για διακοπές «κλασσικού τύπου», αλλά και για όσους επιθυμούν να πραγματοποιήσουν εναλλακτικές διακοπές, αναζητώντας εκτός από την ξεκούραση και την απόλαυση των αξιοθέατων της χώρας και τη μοναδική εμπειρία, που προσφέρουν η φύση και τα «προϊόντα» της.

Ο θρησκευτικός πολιτισμός της αλλά και οι εξειδικευμένες υποδομές της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας αλλά έχει ακόμα δουλεία μπροστά της για να μπορέσει να γίνει ανταγωνιστική σε κάποιους τομείς όπως ο θαλάσσιος τουρισμός που είναι ακόμα σε πολύ αρχικά στάδια και δυστυχώς δεν βελτιώνεται ειδικά το κομμάτι με τα ιστιοπλοϊκά.

Η Ελλάδα από πολύ παλιά υπήρξε τόπος περιηγητών εξαιτίας του μεγάλου πολιτιστικού, ιστορικού και φυσικού πλούτου της. Η τουριστική ανάπτυξη της χώρας ξεκίνησε τη δεκαετία του '50, για να εξελιχθεί σε μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων, τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και τοπικό, αφού πολλές περιοχές της έχουν ως κύρια πηγή εσόδων τον τουρισμό. Η χώρα, παρόλη την τεράστια τουριστική κίνηση και το μεγάλο οικονομικό όφελος από αυτή, δεν έχει πετύχει την επιθυμητή άνοδο του επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών και γενικά το επίπεδο των υποδομών δεν είναι το άριστο. Πολλές από τις ξενοδοχειακές μονάδες που κατασκευάστηκαν τις δεκαετίες του '60 και '70 δεν έχουν εκσυγχρονιστεί.

Στα νησιά, τα προβλήματα σχεδιασμού και διαχείρισης των πόρων είναι πιο έντονα απ' ό,τι στη χέρσο. Το μικρό μέγεθος και η απομόνωση αποτελούν περιοριστικό παράγοντα στη διαδικασία ανάπτυξης. Έτσι, σε πολλά νησιά τα τελευταία χρόνια παρουσιάζονται έντονα προβλήματα όπως λειψυδρίας αλλά και έλλειψης χώρου διάθεσης στερεών αποβλήτων. Οι ορεινές περιοχές είναι απομονωμένες και ο τουρισμός αποτελεί μέσο οικονομικής ανάπτυξης και εξόδου από την απομόνωση. Οι δραστηριότητες σε αυτές τις περιοχές μπορεί να είναι εποχιακές (χειμερινός τουρισμός), καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ή ακόμα με τη μορφή εκδρομών και επισκέψεων (τουρισμός του σαββατοκύριακου).

2.1.2. Διακρίσεις & Είδη Τουρισμού

Οι διακρίσεις του τουρισμού και οι είδη του είναι:

Με βάση τον αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν μαζί χωρίζεται σε:

Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των ατόμων σε διάφορες φάσεις τις τουριστικής δραστηριότητας. Ο χαρακτήρας του οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Είναι ο τύπος τουρισμού που διαχειρίζονται οι tour operator γνωστός ως και τουριστικά πακέτα. Είναι το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο στο οποίο οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η ανάπτυξη πολλών περιοχών σε όλο τον κόσμο.

Ο ατομικός τουρισμός είναι η κατηγορία του περιηγητικού τουρισμού όπου η οργάνωση και η εκτέλεση του ταξιδιού γίνεται ατομικά από τον κάθε τουρίστα. Η Κατηγορία αυτή συνδυάζεται σε μεγάλο βαθμό με την χρήση ατομικών ιδιωτικών μέσων μετακίνησης όπως π.χ. τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, θαλαμηγό σκάφη κτλ. Τόσο κατά την μετάβαση όσο και για την διάρκεια παραμονής στον τόπο προορισμού.

Με βάση το κριτήριο της προέλευσης των τουριστών έχουμε διάκριση σε:

Ο εγχώριος η αλλιώς εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας πάντα μέσα σε αυτήν (μέσα στην επικράτεια της). Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού δυστυχώς δεν βοηθά στην εισροή συναλλάγματος στην χώρα, βοηθά όμως στην συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας τα μη πραγματοποίησης ταξιδιών στο εξωτερικό από τους ντόπιους. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτών μέσων φιλοξενίας στους ντόπιους τουρίστες καθώς και τη βελτίωση - ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας, ώστε οι μετακινήσεις των ντόπιων τουριστών στην επικράτεια της χώρας που κατοικούν μόνιμα να είναι ταχύτερες, ανετότερες και ασφαλές.

Εξερχόμενος τουρισμός: αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα (πχ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία) με σκοπό να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες επιθυμίες και ανάγκες τους. Κατά συνέπεια εξερχόμενο τουρισμό Έχουν οι χώρες όταν μόνιμοι κάτοικοι της επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς.

Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism): ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (πχ. ένας Αμερικάνος που ταξιδεύει στην Ελλάδα)

Ο διεθνής τουρισμός ανάλογα με την κατεύθυνση των τουριστικών ροών διακρίνεται σε εισερχόμενο και σε εξερχόμενο τουρισμό.

Με βάση το κριτήριο της χρονικής διάρκειας των τουριστικών δραστηριοτήτων έχουμε διάκριση σε:

Συνεχής τουρισμός: χαρακτηριστικά του συνεχή τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του χρόνου. Μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κίνητρων ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

Εποχιακός τουρισμός: είναι το αντίθετο του συνεχή τουρισμού. Στον εποχιακό οι δραστηριότητες επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες προορισμού σε διαφορετικές εποχές, και αναστέλλονται προσωρινά για ένα μικρό η μεγάλο διάστημα κάθε έτος. Μορφές αυτής της κατηγορίας είναι ο γενικώς τουρισμός κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ο τουρισμός παραχείμασης, και ο τουρισμός των χειμερινών σπορ

Με κριτήριο την ηλικιακή διάρθρωση των τουριστών μπορούμε να μιλήσουμε για:

Νεανικός τουρισμός: σε αυτή τη μορφή συναντάμε άτομα που η ηλικία τους κυμαίνεται κυρίως από 18 έως 30 που προτιμούν να ταξιδεύουν ατομικά η σε μικρές ομάδες και τα οποία ενδιαφέρονται για ειδικές μορφές τουρισμού όπως (χειμερινών σπορ, περιπέτειας συμμετοχή σε φεστιβάλ κ εκδηλώσεις κτλ.

Τρίτης ηλικίας τουρισμός: εντελώς αντίθετες είναι οι προτιμήσεις των ηλικιωμένων. Προτιμούν την άνεση και την ησυχία και απαιτούν εγκαταστάσεις με πολλές ευκολίες και συνήθως ταξιδεύουν με οργανωμένα πακέτα σε μεγάλες ομάδες (group). Ο τουρισμός της τρίτης ηλικίας αποκτά μεγάλη σημασία στην εποχή μας και αυτό γιατί με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου, καλύτερων συντάξεων, διάφορων επιδομάτων, την αύξηση του μέσου όρου ζωής και την μείωση των ορίων ηλικίας για συνταξιοδότηση, οι ηλικιωμένοι διαθέτουν σημαντικό μέρος του χρόνου τους σε ταξίδια. Αυτή ομάδα έχει επίσης το πλεονέκτημα για τον τουρισμό ότι μπορεί να τονώσει την τουριστική ζήτηση σε περιόδους εκτός της τουριστικής αιχμής, μια και διαθέτει άφθονο ελεύθερο χρόνο για αξιοποίηση.

Ο Κοινωνικός Τουρισμός

Ο Κοινωνικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από άτομα του κοινωνικού συνόλου τα οποία έχουν περιορισμένη αγοραστική δύναμη και τα οποία μπορούν χάρη ορισμένων άμεσων ή έμμεσων παροχών να πραγματοποιήσουν τουρισμό. Η θετική σχέση του τουρισμού με την υγεία είναι πλέον αναμφισβήτητη για αυτό το κοινωνικό κράτος έχει την υποχρέωση να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής τάξης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές. Ο κοινωνικός τουρισμός χρηματοδοτείται μερικώς ή ολικώς από κράτος μέσω κάποιων προγραμμάτων που δίνουν την δυνατότητα στα άτομα αυτά να επιλέξουν τον προορισμό που επιθυμούν ανάλογα με τις ανάγκες τους.

Πέρα από τις παραπάνω μορφές οι οποίες είναι οι πιο βασικές, υπάρχουν και οι νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες δημιουργήθηκαν κυρίως για να αντιμετωπιστούν οι δυσμενείς και περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις που έχει ο σκληρός μαζικός τουρισμός. Μερικές από τις οποίες θα δούμε κάποιες παρακάτω:

❖ Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός

Ως συνεδριακός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός ο οποίος συνδέεται με την παρακολούθηση συνεδρίων, εκθέσεων κλπ. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια σημαντική αγορά σε διεθνές επίπεδο. Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε έναν τόπο, διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας, κλπ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου ή έκθεσης είναι κρίσιμος παράγοντας για την προσέλκυση επισκεπτών. (www.nomarxia-artas.gr)

Σύμφωνα με τις διεθνείς στατιστικές, ο τουρίστας που ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους όσο τρεις τουρίστες αναψυχής. Αυτό συμβαίνει γιατί ο πρώτος κάνει χρήση κατά κανόνα των υποδομών και υπηρεσιών πρώτης κατηγορίας. Συγχρόνως, ορισμένοι τουρίστες συνοδεύονται στο επαγγελματικό ταξίδι τους από τους συζύγους ή τους συντρόφους τους, ακόμα και από τα παιδιά τους.

Επίσης ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλλει στη μείωση της εποχικότητας του τουριστικού προϊόντος, αφού πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, σε αντίθεση με τον τουρισμό αναψυχής.

❖ Αγρό τουρισμός

Αγρό τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία στηρίζεται στους πόρους του περιβάλλοντος. Χωρίζεται σε δυο τύπους α) γεωργό τουρισμό ο οποίος καλύπτει τη φιλοξενία των τουριστών σε αγροκτήματα στα οποία οι επισκέπτες συμμετέχουν στην ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα και β) στον αγρό τουρισμό που προσφέρει συνήθεις διακοπές με διαμονή σε καταλύματα σε αγροτικές περιοχές.

Στον αγρό τουρισμό ο τουρίστας έχει την ευκαιρία να γνωρίσει αγροτικές περιοχές ,αγροτικές ασχολίες , τις δραστηριότητες της υπαίθρου , την καθημερινή ζωή των κατοίκων, την παραδοσιακή κουζίνα ,να έρθει σε επαφή με τη φύση γενικότερα και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης και της ανακάλυψης.

Σε επιχειρηματικό επίπεδο, ο αγρό τουρισμός αποτελεί τον συνδετικό κρίκο του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τριτογενή. Δηλαδή της παραγωγής

γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων και της μεταποίησης, με την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Κατ' αυτόν τον τρόπο δημιουργεί, στηρίζει και τονώνει την τοπική αγορά, παρέχοντας νέες θέσεις εργασίας, ένα συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και συγκρατώντας τον πληθυσμό στην ύπαιθρο. (www.agrotour.gr)

Οι τρεις βασικές αρχές του αγρό τουρισμού:

1. Να έχει κάτι να δουν οι επισκέπτες

Όπως διοργάνωση εκπαιδευτικών εκδρομών ή ιστορικές αναδημιουργίες. Ακόμη ειδικές δραστηριότητες, διοργάνωση επιδείξεων επεξεργασίας και παραγωγής προϊόντων, παρουσιάσεις με τέχνη από αγροτικά προϊόντα ή φυσικών ομορφιών. Επίσης ανάδειξη παραδοσιακών κτισμάτων

2. Να έχει κάτι να κάνουν

Για παράδειγμα διοργάνωση εκπαιδευτικών εκδρομών , δραστηριότητες για παιδιά με ζώα σε αγρόκτημα και διάφορες ψυχαγωγικές δραστηριότητες για παιδιά όπως ψάρεμα.

3. Να έχει κάτι να αγοράσουν

Επιδίωξη είναι να ξαναέρθει ο επισκέπτης για να αγοράσει αυτά που του χρειάζονται όπως παραδοσιακά φαγητά και ποτά ή κάτι άλλο παραδοσιακό από ένα κατάστημα αγροκτήματος. Ακόμη θα μπορούσε να αγοράσει δώρα ή σουβενίρ.

Οι κατηγορίες των επιχειρήσεων που εντάσσονται στον αγρό τουρισμό είναι επιγραμματικά οι παρακάτω:

- Αγροτουριστικά καταλύματα
- Πρατήρια / Εκθετήρια αγροτουριστικών προϊόντων

- Αγροτουριστικά κέντρα εστίασης και αναψυχής
- Τουριστικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση ή την υλοποίηση προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων και περιηγήσεων οίκου τουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
- Αγροκτήματα
- Επιχειρήσεις παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων
- Εργαστήρια λαϊκής τέχνης

❖ Οίκου τουρισμός

Ο ορισμός για τον οίκου τουρισμό σε γενικές γραμμές θα μπορούσε να είναι : ένας τουρισμός που είναι οικολογικά ορθός. Οι ορισμοί μπορεί να ποικίλλουν, αλλά οι περισσότεροι περιλαμβάνουν τρία κριτήρια:

1. Συντελεί στην προστασία του περιβάλλοντος
2. Περιλαμβάνει ουσιαστική συμμετοχή της τοπικής κοινότητας
3. Είναι κερδοφόρος και μπορεί να συντηρηθεί μόνος του.

Αν μια υπηρεσία καλύπτει και τα τρία στοιχεία τότε πρόκειται για μια εταιρεία που στοχεύει στον οίκου τουρισμό. Για τον οίκου τουρίστα δεν υπάρχει συγκεκριμένος ορισμός, μάλιστα οι στατιστικές που έχουν εμφανιστεί κατά καιρούς στηρίζονται από στοιχεία που έχουν συλλεχθεί στα αεροδρόμια και όχι επί τόπου. Υπάρχουν κατηγορίες οίκου τουριστών, ανάλογα με τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντά τους, όπως: κοινοτικός τουρισμός, τουρισμός με σακίδιο, πολιτιστικός τουρισμός, εκπαιδευτικός τουρισμός.

❖ Κινήτρων

Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που χρησιμοποιούν οι βιομηχανίες και οι επιχειρήσεις σαν κίνητρο υψηλής απόδοσης των πωλητών τους και αφορά τόσο το προσωπικό όσο και τα διευθυντικά στελέχη τους. Πιο συγκεκριμένα ως τουρισμός κινήτρων ορίζεται αυτός που κάνουν οι εργαζόμενοι όταν παίρνουν σαν δώρο για την

αυξημένη παραγωγικότητα τους ένα τουριστικό πακέτο. Αυτή η μορφή έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια 3 με 5 μέρες συνήθως.

❖ Αθλησης

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού η οποία μας δίνει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μία τεράστια δυναμική αγορά αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισης του.(www.nomarchia-artas.gr).

Συνδέεται με όπως μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για όπως λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

1. Ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως το γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ.
2. Παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά

Οι μορφές που προκύπτουν από τον αθλητικό τουρισμό και συναντώνται στην Ελλάδα είναι:

Προπονητικός τουρισμός με επαγγελματικές ομάδες. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες - συνοδοί κ.λπ. που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες.

Η ανάπτυξη αυτής της μορφής προϋποθέτει:

Παρακολούθηση - θέαση γεγονότων. Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα. Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.α.

Υπαίθριες δραστηριότητες. Αφορά σε εκδρομείς του σαββατοκύριακου, κυρίως ανθρώπους της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οίκο-πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο, σερφ και σε παραθαλάσσια θέρετρα .

Άθληση - ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διάφορων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού.

Στην Ελλάδα αναπτύσσονται αρκετές εταιρίες που ασχολούνται με τον αθλητικό τουρισμό όπως :

- α) Εταιρείες υπαίθριων δραστηριοτήτων, με μεγάλη πρόοδο και υιοθέτηση συστημάτων συνεργασίας franchising.. Επίσης εταιρείες που ειδικεύονται σε ταξίδια κινήτρων και σε εταιρικά ταξίδια για στελέχη επιχειρήσεων.
- β) Εταιρείες θαλάσσιων σπορ και αθλημάτων περιπέτειες (λειτουργούν εποχικά με άδεια από το Λιμεναρχείο και εξυπηρετούν τις ανάγκες των παραθεριστών)
- γ) Λουτροπόλεις και ξενοδοχεία με κέντρα θαλάσσιο θεραπείας, όπου λειτουργούν εξοπλισμένα γυμναστήρια με ειδικευμένο προσωπικό.
- δ) Εταιρείες που εκπονούν προγράμματα φιλοξενίας και προετοιμασίας ομάδων και αθλητών. Επίσης προπονητικά κέντρα

❖ Υγείας

Είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται συνεχώς και αφορά συνήθως άτομα της τρίτης ηλικίας που ψάχνουν εναλλακτικές μεθόδους για την αποκατάσταση της σωματικής και ψυχικής τους υγείας .

❖ Περιπέτειας

Αποτελεί μια από τις πιο ενδιαφέρων εναλλακτικές μορφές αφού τα συνδυάζει όλα, εξερεύνηση τοποθεσιών, περιπέτεια, διασκέδαση, και γενικά ενασχόληση με καινούργιες δραστηριότητες. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα μικρής ηλικίας με καλή φυσική κατάσταση και όρεξη για περιπέτειες. Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες περιπέτειας: Η πεζοπορία , το καγιάκ, το ράφτινγκ ,η αναρρίχηση, η κατάδυση, ποδηλασία, σκι, ιππασία κτλ.

❖ Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες. Είναι πέρα από κάθε αμφιβολία, ότι το ζήτημα της ανάπτυξης και προώθησης του θρησκευτικού τουρισμού τόσο στην Ελλάδα.

Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

1. Προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο. Οι τουρίστες αυτοί επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στο θρησκευτικό χώρο.
2. Τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες.
(www.patranews.gr)

Ο θρησκευτικός Τουρισμός :

- Δεν πρέπει να δράσει, σαν τις εκδρομές των θεοφοβούμενων ανθρώπων, μεγάλης ηλικίας, που πηγαίνουν σε μια μέρα να επισκεφθούν 3 μοναστήρια.
- Δεν πρέπει να είναι μόνο για τους ορθοδόξους αλλά και να απευθύνεται στους χριστιανούς όλων των δογμάτων .
- Δεν πρέπει να είναι μόνο για τους γέρους.
- Δεν πρέπει να αποκλείονται οι θιασώτες ξένων θρησκειών ούτε ακόμα οι άθεοι διότι όλοι αυτοί κάτι θα κερδίσουν και δεν κερδίζουν αυτοί θα χάσει ο ελληνικός τουρισμός.
- Δεν πρέπει να κινούμαστε στον χώρο της τυπολατρίας, αλλά να κινούμεθα στον χώρο της θρησκευτικότητας του ελληνικού χώρου, παρουσιάζοντας τα καλά που έχει να προσφέρει η ελληνική θρησκεία στην Ελλάδα μέσα από την Ορθόδοξη Χριστιανική θρησκεία, ώστε να γίνει κατανοητό το ότι και η ψυχή του ανθρώπου μπορεί να ωφεληθεί, εκτός των άλλων πλεονεκτημάτων που παρέχει η φύση, όπου υπάρχουν τα χιλιάδες μοναστήρια .

Δεν πρέπει όμως επηρεάσουμε με οποιονδήποτε τρόπο, την θρησκευτικότητα και την ζωή των ανθρώπων που εντρυφούν μέσα στους χώρους των Μοναστηριών, ούτε να μπούμε σε διαδικασίες μετατροπής καθεστώτος.

❖ Πολιτιστικός τουρισμός

Πολιτιστικός τουρισμός είναι η περιήγηση στην πνευματική και καλλιτεχνική κληρονομιά ενός τόπου και στην σύγχρονη πολιτιστική του δραστηριότητα. Όταν λέμε πολιτιστική κληρονομιά, εννοούμε το σύνολο των ανθρώπινων δημιουργημάτων(π.χ. οικοδομήματα, γραπτά μνημεία, τοποθεσίες κ.λπ.) που παρουσιάζουν καλλιτεχνικό, θρησκευτικό, αρχαιολογικό, επιστημονικό ενδιαφέρον. Έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την ναυτική κληρονομιά της οποίας η προφύλαξη, διάσωση, προβολή και τουριστική αξιοποίηση επιχειρείται, μέσα από πολλά πολιτισμικά σχήματα(www.eeki.gr)

Ενδιαφέροντα για ένα πολιτιστικό τουρίστα είναι :

- Οι τέχνες
- Τα παραδοσιακά προϊόντα
- Η κουλτούρα, τα ήθη και έθιμα
- Η αρχιτεκτονική και πολιτιστική κληρονομιά
- Η Ιστορία
- Διάφοροι χώροι πολιτισμού
- Αθλήματα
- Η γαστρονομία
- Η Θρησκεία

Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης πολιτιστικού τουρισμού είναι :

- Σωστή διαχείριση και προσαρμογή του ντόπιου πολιτισμού
- Ορθή διαχείριση του τουρισμού
- Ανάπτυξη δυναμικής σχέσης μεταξύ πολιτισμών
- Δημιουργία υποδομών

Το μέσον ανάπτυξης είναι :

- Πολιτιστικές Εκδηλώσεις
- Φεστιβάλ

❖ Θεραπευτικός - Ιαματικός τουρισμός

Ο Θεραπευτικός Τουρισμός ή Τουρισμός Υγείας, αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που συμβάλλει στην πρόληψη, αποκατάσταση της υγείας, ξεκούραση, ομορφιά, δηλαδή ταυτόχρονη ανάγκη για διακοπές και θεραπεία μαζί σε ένα πρότυπο περιβάλλον.

Το σημαντικότερο επενδυτικό πλεονέκτημα των μονάδων Θεραπευτικού Τουρισμού αποτελεί το γεγονός της διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου, αφού προσελκύει πελάτες καθ' όλη την διάρκεια του έτους, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες τουριστικές μονάδες που λειτουργούν κυρίως τους θερινούς μήνες. Τα οικονομικά οφέλη θα είναι σημαντικά για την Τοπική Κοινωνία με την δημιουργία Κέντρων Θεραπευτικού Τουρισμού αφού θα υπάρξει τόνωση της οικονομίας. Ενδεικτικά αναφέρονται ,

- Εισροή περισσότερου συναλλάγματος εφόσον θα έχουμε τουρισμό μακράς παραμονής.
- Νέες θέσεις απασχόλησης και τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας (γυμναστές, φυσιοθεραπευτές, ξενοδοχειακοί υπάλληλοι κ.λπ.)
- Ζήτηση για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς (τράπεζες, καταστήματα, εστιατόρια κλπ.).
- Ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο και εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών (αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις κλπ.)
- Ζήτηση για εγκαταστάσεις και ειδική υποδομή (ιατρική) υψηλού επιπέδου για τον εξοπλισμό των θεραπευτηρίων και των ιατρικών μονάδων.

2.2. Κλάδοι άμεσης τουριστικής παραγωγής

Οι κλάδοι της άμεσης τουριστικής παραγωγής, όπως αποκαλούνται, αφορούν σε επιχειρήσεις, όπως:

- 1) Συλλογικά τουριστικά καταλύματα είναι καταλύματα που παρέχουν στον ταξιδιώτη διανυκτέρευση σε δωμάτιο ή κάποια άλλη μονάδα αλλά ο αριθμός των θέσεων που προσφέρει πρέπει να είναι μεγαλύτερος από ένα ορισμένο ελάχιστο όριο για τις ομάδες ατόμων που υπερβαίνουν μια απλή οικογενειακή μονάδα και όλα τα μέρη του καταλύματος πρέπει να αποτελούν αντικείμενο κοινής εμπορικής διαχείρισης ακόμη και αν δεν υπάρχει κερδοσκοπικός χαρακτήρας.

Σε αυτά ανήκουν τα :

α) Ξενοδοχεία περιλαμβάνονται ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, μοτέλ, ξενοδοχεία στους αυτοκινητοδρόμους, παραθαλάσσια ξενοδοχεία, λέσχες διαμονής και παρόμοια καταλύματα που παρέχουν ξενοδοχειακές υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένης της καθημερινής τακτοποίησης των κρεβατιών και του καθαρισμού των δωματίων και των εγκαταστάσεων υγιεινής

β) παρόμοια καταλύματα σε αυτά περιλαμβάνονται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και οι πανσιόν, οι τουριστικές κατοικίες και παρόμοια καταλύματα που είναι διαμορφωμένα σε δωμάτια και παρέχουν περιορισμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες συμπεριλαμβανόμενης της ημερήσιας τακτοποίησης των κρεβατιών και του καθαρισμού των δωματίων και των εγκαταστάσεων υγιεινής. Η ομάδα αυτή περιλαμβάνει επίσης τα πανδοχεία, τα καταλύματα που παρέχουν διανυκτέρευση και πρωινό, καθώς και τα καταλύματα σε αγροικίες.

2) Εταιρείες μεταφορών, οδικές αεροπορικές, θαλάσσιες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, πρακτορεία ταξιδιών, tour- operators.

3) Μαρίνες, χιονοδρομικές εγκαταστάσεις.

4) Εστιατόρια, κέντρα αναψυχής, κέντρα διασκέδασης (snacks, καφετέριες και αναψυκτήρια).

5) Οργάνωση συνεδρίων, οργάνωση εκθέσεων, φεστιβάλ και άλλων πολιτιστικών γεγονότων.

6) Εμπόριο προσανατολισμένο στον τουρισμό.

2.3. Ο Ορισμός Της Ξενοδοχειακής Επιχείρησης

Ο τουρισμός αποτελεί ένα ζωτικό τμήμα της Ελληνικής οικονομίας και οι επιπτώσεις του είναι ιδιαίτερα σημαντικές στην οικονομική ανάπτυξη πολλών περιοχών της Ελλάδος. Γενικά ο τουρισμός συμβάλει στην βελτίωση της χώρας είτε πρόκειται για εσωτερικό ή για εξωτερικό τουρισμό. Ο πλούσιος φυσικός και πολιτισμικός πλούτος, το ευχάριστο κλίμα και η φιλοξενία αποτελούν σημαντικά πλεονεκτήματα που εξηγούν εν μέρει την μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη αλλά και αναδεικνύουν τα σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης του τουρισμού στην στη χώρα μας. Για πολλούς οικονομολόγους και άλλες ειδικότητες που ασχολούνται με τον τουρισμό το κομμάτι των ξενοδοχείων είναι και το σημαντικότερο στο παιχνίδι των εντυπώσεων του τουριστικού κλάδου. Όπως εφόσον ο τουρίστας σε όποια διάκριση ή είδος τουρισμού ανήκει αποφασίσει τον τόπο που θέλει να διανυκτερεύσει, η δεύτερη κίνηση του είναι να κλείσει το μέρος (ξενοδοχειακή εγκατάσταση) θα διαμένει. Έπειτα έρχονται οι δευτερεύον ασχολίες, η διασκέδαση, η διατροφή. Σύμφωνα με την IOBE το 2014 τα έσοδα από τον τουριστικό κλάδο είχαν ως κύρια πηγή τα καταλύματα με 45,3% και ακολούθησε η εστίαση με 18%.

Τα ξενοδοχεία αντιμετωπίζουν τους πελάτες τους ως φιλοξενούμενους και προσπαθούν να προσφέρουν υπηρεσίες και φιλοξενία η οποία να ξεπερνά τις προσδοκίες τους. Η αίγλη και η γοητεία της ξενοδοχειακής βιομηχανίας μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως, για παράδειγμα, την εικόνα που επιθυμούν να προβάλλουν τα ξενοδοχεία. Αυτό επιτυγχάνεται, εν μέρει, από την αρχιτεκτονική και τον σχεδιασμό του κτιρίου. Εντούτοις, άσχετα από το πόσο εντυπωσιακό και καλόγουστο σχέδιο έχει, το κτίριο δεν παύει να αποτελείται από τούβλα, τσιμέντο, γυαλί και έπιπλα. Η αρχιτεκτονική και το στυλ της επιχείρησης μπορεί να είναι σημαντικά για τον σχηματισμό της εξωτερικής εικόνας, αλλά το προσωπικό του ξενοδοχείου και κυρίως της υποδοχής είναι απαραίτητο για τη δημιουργία της καλής φήμης του. Τα ξενοδοχεία μπορούν να διαδραματίσουν πολύ σπουδαίο ρόλο σε έναν τόπο. Εκεί μπορεί να συναντηθούν επιστήμονες απ' όλο τον κόσμο, πολιτικοί, επιχειρηματίες, καλλιτέχνες, VIP, μέλη λεσχών και εταιριών. Σε περιοχές με ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις υψηλού επιπέδου προσελκύνονται τοπικές και διεθνείς οργανώσεις και τα ξενοδοχεία γενικότερα μπορούν να εξυπηρετήσουν σαν χώροι

συνάντησης ατόμων μιας ολόκληρης περιοχής. (Καπίκη – Πιβεροπούλου Τάνια, Αθήνα 1998).

Ξενοδοχείο κατά την ελληνική γλώσσα , Η διεθνής λέξη Hotel είναι γαλλικής προέλευσης. Ουσιαστικά το κυρίως προϊόν είναι η φιλοξενία. Ένα ξενοδοχείο μπορεί να λειτουργήσει είτε ως ανεξάρτητη μονάδα είτε ως τμήμα μιας μεγάλης ξενοδοχειακής εγκατάστασης. Ξενοδοχεία είναι οι τουριστικές εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν ρεσεψιόν, διοίκηση, κοινοχρήστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης, αναψυχής πελατών και χώρους διανυκτέρευσης. Επιπλέον παρέχουν και διάφορες εξυπηρετήσεις {service}. Ελέγχονται από τον Ε.Ο.Τ. σε δύο στάδια σκοπιμότητα και καταλληλότητα οικοπέδου και έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων και η άδεια λειτουργίας τους χορηγείται επίσης από τον Ε.Ο.Τ.

Τα τμήματα, οι χώροι και οι δραστηριότητες μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης εξαρτώνται:

- A. Από τον τύπο της ξενοδοχειακής επιχείρησης
- B. Από το είδος της πελατείας που απευθύνεται
- Γ. Από την τάξη της
- Δ. Από το μέγεθος της

Τα τμήματα ενός ξενοδοχείου είναι:

1. Επισιτιστικά τμήματα
2. Οικονομικά – Διαχειριστικά τμήματα
3. Δωμάτια
4. Τεχνικό τμήμα (όχι σε όλα τα ξενοδοχεία , δεν είναι απαραίτητο)

Εκτός από τα τμήματα, ένα ξενοδοχείο για να λειτουργήσει χρειάζεται και κάποιους άλλους χώρους και εγκαταστάσεις. Πέρα από τους κοινόχρηστους χώρους απαραίτητοι χώροι είναι:

1. Πισίνα
2. Αθλητικές εγκαταστάσεις
3. Εγκαταστάσεις προσωπικού
4. Κήπος
5. Parking
6. Εμπορικά καταστήματα

Η κατάταξη των ξενοδοχείων, ανάλογα με τις ανέσεις και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, γίνεται με αστέρια αρχίζοντας από τα ξενοδοχεία πολυτελείας 5 αστέρων, τα οποία έχουν τις υψηλότερες προδιαγραφές και φτάνοντας στο 1 αστέρι, το οποίο αντιπροσωπεύει ξενοδοχεία μικρών βαθμίδων με λιτή επίπλωση και περιορισμένες ανέσεις.

Στις Η. Π. Α τα ξενοδοχεία ταξινομούνται ως εξής : Ανάλογα με το μέγεθος (αριθμό δωματίων) σε 4 κατηγορίες : κάτω από 150 δωμάτια, 150 – 299 δωμάτια, 300 – 600 δωμάτια και πάνω από 600 δωμάτια.

Τέλος να επισημανθεί ότι η Ε.Ε. πάντα έδειχνε ενδιαφέρον για τον θεσμό του τουρισμού και του ξενοδοχειακού κλάδου. Το 1998 είχε διατυπωθεί ότι το ευρώ θα δυναμώσει τον τουρισμό στην Ευρώπη λόγω της ευκολίας των συναλλαγών αλλά υπήρχε και ο φόβος το ότι λόγω του δυνατού νομίσματος οι πολίτες της Ευρώπης θα ταξίδευαν πιο εύκολα και οικονομικά σε χώρες εκτός Ευρωζώνης άρα θα μειώνονταν τα έσοδα. Ακόμη μέσω συνθηκών και οδηγιών θεσπίζει κανονισμούς για την διασφάλιση αυτού του τομέα.

2.4. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Ελλάδα

Όπως αναφέρθηκε πριν το κυρίως προϊόν είναι η φιλοξενία. Είναι ευρέως γνωστό ότι οι αρχαίοι Έλληνες εξυμνούσαν την φιλοξενία και είχε θεοποιηθεί.(Λεκαράκου,2001) Όσο παλιός είναι ο ανθρώπινος πολιτισμός τόσο είναι και ο ξενοδοχειακός κλάδος. Αρχικά ο κόσμος φιλοξενούσε τους ταξιδιώτες στα σπίτια του. Μετέπειτα λόγω αύξησης ταξιδιωτών δημιουργούνται δημόσια καταγάγια και τελικά τα πρώτα ξενοδοχεία δημιουργούνται στην εποχή του Βυζαντίου, που επιδοτούνταν

από τους Βασιλείς. Την περίοδο της Τουρκοκρατίας η κίνηση ταξιδιωτών μειώνεται και δημιουργούνται τα «χάνια» ο πρόσφεραν τροφή και στέγη αλλά μόνο για λίγες ώρες. Σε ελληνικό έδαφος τα πρώτα ξενοδοχεία εντοπίζονται στο Ναύπλιο την εποχή της Βασιλείας του Όθωνα.

Στην Ελλάδα μέχρι πρότινος τα ξενοδοχεία κατατάσσονταν μεταξύ έξι διαφορετικών κατηγοριών με κριτήρια που είχαν σχέση περισσότερο με την κατασκευή τους και λιγότερα με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής: Πολυτελείας (Lux), Α' τάξης, Β' τάξης, Γ' τάξης, Δ' τάξης και Ε' τάξης. Ωστόσο, σύμφωνα με το ΠΔ 43/2002 (ΦΕΚ 43/Α/7.3.2002) προωθήθηκε διαδικασία κατάταξης των ξενοδοχείων από κατηγορίας σε Αστέρια (κλίμακα 1 έως 5) ενσωματώνοντας στην κατάταξη μιας ξενοδοχειακής μονάδας και κριτήρια ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και επιπλωμένα διαμερίσματα σε όλη τη χώρα κατατάσσονται σε κατηγορίες κλειδιών, ανάλογα με τους χώρους και τον εξοπλισμό που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Ανάλογα με την περιοχή και τη δραστηριότητά τους, τα ξενοδοχεία διακρίνονται στα αστικά, τα οποία είναι εγκατεστημένα σε αστικά κέντρα και λειτουργούν αδιάλειπτα ολόκληρο το χρόνο, σε αντίθεση με τα ξενοδοχεία εποχιακής λειτουργίας (resorts), τα οποία στην πλειοψηφία τους λειτουργούν σε παραθαλάσσιες και κυρίως νησιωτικές περιοχές. Όσον αφορά το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ξενοδοχείων, στην Ελλάδα εκτός από τις αμιγώς ελληνικές ξενοδοχειακές αλυσίδες, έντονη είναι και η παρουσία ξένων αλυσίδων. Σημειώνεται ότι, σε αρκετές περιπτώσεις ο ιδιοκτήτης μιας ξενοδοχειακής μονάδας αναθέτει την εκμετάλλευση και διαχείρισή της σε τρίτους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) που ήταν διαθέσιμα μέχρι το τέλος Δεκεμβρίου 2016, η χώρα μας διαθέτει 9.730 ξενοδοχειακές μονάδες συνολικής δυναμικότητας 788.553 κλινών. Οι αριθμοί αυτοί αποτελούν αποτύπωση της στιγμής λήψης των δεδομένων, αφού το μητρώο των μελών του ΞΕΕ είναι δυναμικό και ανανεώνεται σε καθημερινή και συνεχή βάση. Το 2016 το ξενοδοχειακό δυναμικό αυξήθηκε κατά 0,6% σε όρους δωματίων. Κατά την τελευταία 10ετία, το ξενοδοχειακό δυναμικό αυξήθηκε κατά 5,7% σε μονάδες και κατά 10,6% σε δωμάτια. Το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων σε επίπεδο χώρας για την περίοδο αυτή παρέμεινε σχετικά σταθερό, και κυμαίνεται από 40 έως 42 δωμάτια.

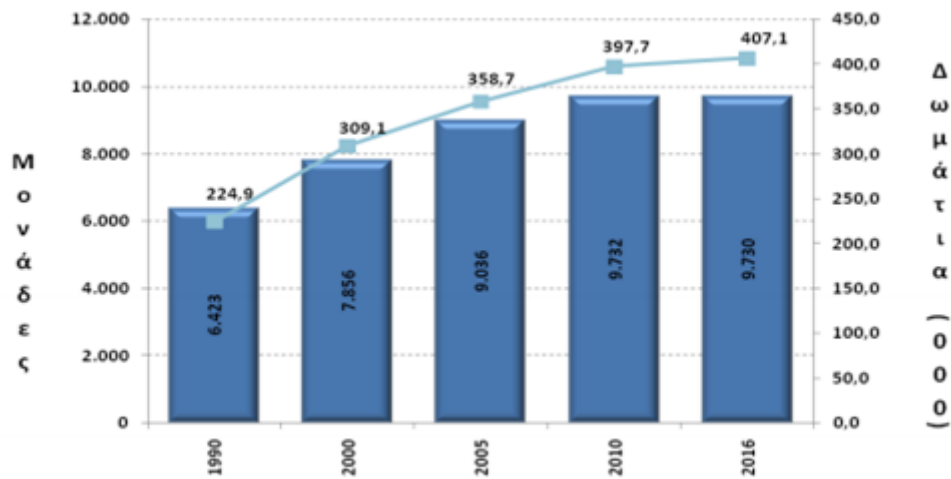
1)

**Διαχρονική Εξέλιξη του Ξενοδοχειακού δυναμικού
1990 - 2016**

Έτος	Μονάδες	Δωμάτια (000)	Δ% ως προς το προηγούμενο έτος (δωμάτια)	Μέσο Μέγεθος σε Δωμάτια
1990	6.423	224,9		35,0
1995	7.387	281,6	7,4%	38,1
2000	7.856	309,1	0,2%	39,3
2001	8.073	320,5	3,7%	39,7
2002	8.285	329,4	2,8%	39,8
2003	8.527	339,5	3,1%	39,8
2004	8.843	351,9	3,7%	39,8
2005	9.036	358,7	1,9%	39,7
2006	9.110	364,2	1,5%	40,0
2007	9.207	368,0	1,0%	40,0
2008	9.227	375,1	1,9%	40,7
2009	9.559	383,0	2,1%	40,1
2010	9.732	397,7	3,8%	40,9
2011	9.653	396,2	-0,4%	41,0
2012	9.661	399,0	0,7%	41,3
2013	9.674	400,6	0,4%	41,4
2014	9.701	403,2	0,6%	41,6
2015	9.727	404,6	0,3%	41,6
2016	9.730	407,1	0,6%	41,8

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Παρά τη βαθιά και παρατεταμένη οικονομική κρίση, η ελληνική ξενοδοχειακή βιομηχανία απέδειξε ότι αποτελεί ένα σταθερά θετικό παράγοντα για την αναστροφή του αρνητικού οικονομικού κλίματος και την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας.



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

2) Διαχρονική εξέλιξη Ξενοδοχειακού Δυναμικού 1990-2016

Κατά την περίοδο 2000-2016, οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξήθηκαν κατά 22,6%, ενώ σε όρους δωματίων η αύξηση αυτή ανέρχεται σε 31,7%. Επίσης, από τη σύγκριση της κατανομής των ξενοδοχείων με βάση την κατηγορία τους, προκύπτει ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας έχει αναβαθμιστεί θεαματικά, καθώς τα ξενοδοχεία 5 αστέρων έχουν σχεδόν τετραπλασιαστεί και παράλληλα αύξησαν το μερίδιό τους στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό από 1% το 2000 σε 4,6% το 2016. Τα ξενοδοχεία 4 αστέρων αυξήθηκαν το ίδιο διάστημα κατά 50% και τα ξενοδοχεία 3 αστέρων κατά 37%. Αύξηση παρουσίασε και το μερίδιό τους στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό, από 10% περίπου τα 4άστερα το 2000 σε 14,5% το 2016 και από 18,6% τα 3στερα το 2000 σε 25,4% το 2016. Τέλος την περίοδο αυτή, τα ξενοδοχεία 2 και 1 αστεριού μειώθηκαν κατά 18% και 30%, αντίστοιχα, και ταυτόχρονα μειώθηκε και το μερίδιό τους στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας.

3)

Κατανομή Ξενοδοχειακού Δυναμικού (δωμάτια)
με βάση την Κατηγορία

Κατηγορία	1990	1995	2000	2005	2010	2016
5****	4,8%	5,0%	5,8%	8,1%	12,9%	16,6%
4****	22,3%	23,9%	25,3%	25,4%	25,6%	25,7%
3***	28,7%	24,6%	24,4%	23,3%	23,3%	23,6%
2**	33,6%	37,0%	35,7%	34,6%	30,8%	27,5%
1*	10,6%	9,5%	8,9%	8,6%	7,4%	6,7%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

➤ Χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού δυναμικού ανά Διοικητική Περιφέρεια

4)

Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2016

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	11	29	96	168	75	379
	Δωμάτια	1.035	1.910	3.034	3.728	1.126	10.833
	Κλίνες	2.073	3.850	5.958	7.245	2.198	21.324
Αττική	Μονάδες	34	103	136	267	109	649
	Δωμάτια	6.603	8.133	6.698	8.183	2.084	31.701
	Κλίνες	12.565	15.203	12.257	15.062	3.935	59.022
Βορείου Αιγαίου	Μονάδες	6	32	125	177	42	382
	Δωμάτια	784	1.570	4.300	4.319	644	11.617
	Κλίνες	1.595	2.862	8.115	8.132	1.240	21.944
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	4	40	95	105	25	269
	Δωμάτια	1.444	2.179	3.091	2.685	287	9.686
	Κλίνες	3.106	4.175	5.867	5.111	562	18.821
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	3	18	65	36	4	126
	Δωμάτια	61	416	1.736	644	57	2.914
	Κλίνες	137	879	3.659	1.274	141	6.090
Ήπειρος	Μονάδες	11	89	149	133	29	411
	Δωμάτια	836	1.904	2.776	2.450	487	8.453
	Κλίνες	1.756	3.977	5.474	4.675	949	16.831
Θεσσαλία	Μονάδες	26	117	132	216	77	568
	Δωμάτια	1.258	3.342	3.780	4.991	1.455	14.826
	Κλίνες	2.545	6.728	7.454	9.523	2.851	29.101
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	28	117	221	490	74	930
	Δωμάτια	4.749	11.203	14.260	16.165	1.511	47.888
	Κλίνες	9.349	21.625	27.514	30.939	2.923	92.350
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	48	100	269	361	417	1.195
	Δωμάτια	8.506	8.068	10.576	9.663	8.681	45.494
	Κλίνες	17.459	15.711	21.134	18.765	16.719	89.788
Κρήτη	Μονάδες	97	249	361	656	205	1.568
	Δωμάτια	18.844	25.463	16.889	23.092	5.557	89.845
	Κλίνες	38.274	49.429	32.014	41.548	10.251	171.516
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	144	356	484	870	214	2.068
	Δωμάτια	19.715	33.379	19.423	23.833	3.337	99.687
	Κλίνες	40.742	65.064	37.709	45.234	6.498	195.247
Πελοπόννησος	Μονάδες	22	120	210	233	75	660
	Δωμάτια	2.906	4.020	5.689	5.556	911	19.082
	Κλίνες	6.137	7.958	11.223	10.538	1.758	37.614
Στερά Ελλάδα	Μονάδες	10	42	129	278	66	525
	Δωμάτια	666	2.975	3.781	6.533	1.165	15.120
	Κλίνες	1.472	5.742	7.182	12.319	2.190	28.905
ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ	Μονάδες	444	1.412	2.472	3.990	1.412	9.730
	Δωμάτια	67.407	104.562	96.033	111.842	27.302	407.146
	Κλίνες	137.210	203.203	185.560	210.365	52.215	788.553

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2016.

Με την ανάπτυξη μίας επιχείρησης, μία περιοχή αλλά ακόμη και η ίδια η χώρα να οδηγηθούν σε επικείμενη αύξηση της απασχόλησης επομένως μείωση της ανεργίας. Ακόμη σε αύξηση των φορολογικών εσόδων είτε σε βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της παραγωγικότητας. Ακόμη σε ανάπτυξη της γύρω περιοχής αλλά και τις της εγχώριας επιχειρηματικότητας,

Αναμφίβολα όμως καίριο ζήτημα στις στρατηγικές που ακολουθεί το υπουργείο, διαδραματίζουν οι συνεχείς αλλαγές στο πολιτικό μας σύστημα όπου είτε γίνονται εκλογές είτε ανασχηματισμοί και ο κάθε υπουργός ποτέ δεν συμφωνεί με τον προηγούμενο. Αναιρεί ότι έχει ήδη αποφασιστεί και αρχίζει νέες διαδικασίες, καινούργιες αποφάσεις που στο τέλος δημιουργεί σύγχυση, και κανένα δημιουργικό αποτέλεσμα. Αυτό στην πράξη επηρεάζει τις στρατηγικές και τους τρόπους που σκέφτεται και κινείται ο επιχειρηματίας.

Αυτό αποδεικνύεται στο:

- Επιχειρηματικό άμεσο κέρδος

Οι επιχειρηματίες στην πράξη επιδιώκουν στο στήσιμο μιας μεγάλης ή μικρής τουριστικής μονάδας με το σκεπτικό, αρχικά το πώς θα αποκτηθεί το γρήγορο κέρδος και δευτερευόντως τις μακροπρόθεσμες ποιοτικές παροχές υπηρεσιών που να μπορούν να σταθούν ανταγωνιστικά στις παροχές άλλων τουριστικών ανεπτυγμένων χωρών. Τούτο όμως οδηγεί τα πρώτα χρόνια τις τουριστικές αυτές μονάδες στο κυνήγι του κέρδους εις βάρος των ποιοτικών παροχών. Όταν κάποια στιγμή συνειδητοποιούν ότι αρχίζουν να χάνουν το παιχνίδι εξ' αιτίας αυτής της πολιτικής είναι ήδη αργά να αντιστρέψουν το εις βάρος τους κλίμα, όχι μόνο λόγω χρόνου αλλά λόγω της άρνησης να επενδύσουν και ανανεώσουν τον ήδη παλαιό τους εξοπλισμό και να βελτιώσουν τις υπάρχουσες υποδομές.

- Απόσβεση της επένδυσης

Ο λογιστικός τρόπος παρουσίασης της απόσβεσης εξαρτάται καθαρά από την επιθυμία του επιχειρηματία ανάλογα αν τούτος είναι 100% ιδιοκτήτης της εταιρείας, αν είναι απλά μεγαλομέτοχος, αν έχει το πλειοψηφικό πακέτο των μετοχών, από τον αριθμό των μετόχων κλπ. Η αναφερόμενη παρουσίαση όμως είναι πάντοτε συνάρτηση του κέρδους ή της ζημιάς που επιθυμούμε να δείξουμε τα πρώτα χρόνια προς αποφυγή πάντοτε της μεγάλης φορολογίας.

Συνηθισμένη πρακτική στις τουριστικές μονάδες είναι η απόσβεση να είναι βραχυπρόθεσμη για τους παραπάνω ευνόητους λόγους. Στη συνέχεια βέβαια η οποιαδήποτε επένδυση ακολουθεί την ίδια διαδικασία της βραχυπρόθεσμης απόσβεσης. Υπάρχουν βέβαια και οι εξαιρέσεις που η μακροπρόθεσμη απόσβεση της επένδυσης μπορεί να εξυπηρετεί την επιχείρηση ιδιαίτερα όταν αυτή επιθυμεί να παρουσιαστεί άμεσα κερδοφόρα ή όταν υπάρχουν μακροπρόθεσμες δανειοδοτήσεις, κλπ.

- Επενδυτές που δε γνωρίζουν το αντικείμενο του τουρισμού

Δυστυχώς στην Ελλάδα, με εξαίρεση ένα μικρό αριθμό επενδυτών, ο μεγάλος αριθμός των ιδιοκτητών ή μεγαλομετόχων των τουριστικών μονάδων – καταλυμάτων είναι παντελώς ξένοι προς το αντικείμενο του τουρισμού.

Η επένδυση τους στον τουρισμό βασίστηκε σε ένα εκ των παρακάτω ή συνδυασμών αυτών:

Πρώτον στην επένδυση με σκοπό απόκτησης οικονομικής και πολιτικής δύναμης. Τούτο παρατηρείται από επενδυτές σε μεγάλες τουριστικές μονάδες που όμως είναι ξένοι προς το αντικείμενο του τουρισμού, όπως κατασκευαστές, εφοπλιστές, κλπ. Πολλές φορές η τουριστική επένδυση προηγείται μιας άλλης κύριας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην περιοχή. Τούτο όμως συντελεί στην υποβάθμιση των τουριστικών παροχών αλλά και των περιοχών καθ' ότι αυτά ουδέποτε ήταν στην προτεραιότητα του επενδυτή.

Δεύτερον στις μικρές επενδύσεις σε μικρές τουριστικές μονάδες, δωμάτια και εστιατόρια σε τουριστικές περιοχές, συνήθως ατομικές επιχειρήσεις, που οι ιδιοκτήτες

τους βρέθηκαν με χρήματα από άλλες δραστηριότητες και θέλησαν να επενδύσουν σε τουριστικές δραστηριότητες αφού για πολλά χρόνια θεωρούνται ως η επενδυτική μόδα της εποχής με σκοπό βέβαια το γρήγορο κέρδος.

- Εύκολες δανειοδοτήσεις

Για πολλά χρόνια και μέχρι τη σημερινή οικονομική χρήση οι κάτοικοι των κατ' επίφαση ή και των πράγματι τουριστικών περιοχών είχαν εύκολη και ανεξέλεγκτη πρόσβαση στις τράπεζες για δανειοδοτήσεις των επενδύσεων τους. Αποτέλεσμα αυτού του φαινομένου ήταν και εξακολουθεί να είναι η αδυναμία των δανείων και άλλων χρεών προς το δημόσιο από ζημιογόνες τουριστικές επιχειρήσεις που έφθασαν σε αυτό το σημείο με την πάροδο του χρόνου.

- Επιδοτήσεις για κτίσιμο ή βελτίωση τουριστικών μονάδων

Για παρά πολλά χρόνια, ιδιαίτερα από την 10ετία του '80 μέχρι σήμερα το μεγαλύτερο μέρος της επένδυσης, πολύ περισσότερο στις μεγάλες τουριστικές μονάδες, εξακολουθεί να είναι προϊόν κρατικής επιδότησης. Επιδοτήσεις μεγάλων κεφαλαίων βασιζόμενες σε μελέτες μόνο στα χαρτιά χωρίς κανένα έλεγχο και με χρηματικά ποσά που συνήθως περνούσαν πολλές διαδρομές με σημεία αναφοράς την εκάστοτε διαφορά. Παρατηρείται το φαινόμενο, στις περιπτώσεις που ειλικρινείς επενδυτές στηρίχτηκαν στα δικά τους κεφάλαια, το ίδιο το κράτος τους δημιούργησε τόσα εμπόδια που τους έβγαλε εκτός παιχνιδιού με μεγάλες οικονομικές ζημιές.

- Μη εκπαιδευμένο προσωπικό

Η εποχιακή λειτουργία των τουριστικών μονάδων οδηγεί κατ' ανάγκη σχεδόν όλους τους εργαζόμενους να απασχοληθούν σε εργασίες που ουδεμία σχέση έχουν με τον τουρισμό. Τις περισσότερες φορές μάλιστα η κυρίως εργασία τους είναι εκτός και η ενασχόληση τους σε εργασίες τουριστικής φύσεως να είναι δευτερεύουσες τόσο σε σπουδαιότητα όσο και σε εισόδημα. Η πρακτική αυτή εξυπηρετεί τόσο τις τουριστικές επιχειρήσεις καθ' ότι το εργατικό τους κόστος είναι μικρότερο όσο και τους

εργαζόμενους που έχουν ένα συμπληρωματικό εισόδημα σε περιόδους που δεν παράγουν εισόδημα από την κυρίως ή δευτερεύουσα εργασία τους.

Τα παραπάνω οδηγούν κατ' ανάγκη στην υποβάθμιση των τουριστικών παροχών αφού οι καθαρώς μεν επαγγελματίες αναζητούν τουριστικές ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν σε μεγάλες πόλεις καθ' όλο το έτος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

3.1. Sani Beach

Το Sani Resort είναι στην Κασσάνδρα Χαλκιδικής είναι ένας συναρπαστικός τόπος διακοπών, ένα οικολογικό καταφύγιο όπου άνθρωπος και φύση συνυπάρχουν αρμονικά, σε μια ιδιωτική έκταση 4.500 στρεμμάτων με θέα στον Όλυμπο και το Αιγαίο. Το Sani Resort δεν είναι ένας συνηθισμένος προορισμός. Σε ένα φυσικό περιβάλλον που ξεπερνά κάθε προσδοκία, μπορείτε να χαρείτε την πολυτέλεια, την ποιότητα και την ευζωία. Κοντά μας θα ανακαλύψετε ξανά τη χαρά της ζωής. Το Sani Beach βρίσκεται σε μία από τις πιο ειδυλλιακές τοποθεσίες της Ελλάδας, στο Ακρωτήριο του Σάνη. Με συγκλονιστική θέα στο Αιγαίο και τον Όλυμπο, ο φιλοξενούμενος στο Sani Beach θα απολαύσει τα 7 χλμ. της καταγάλανης παραλίας με τη λευκή αμμουδιά, την αξεπέραστη φύση με τα πεύκα σε απόσταση αναπνοής από τη θάλασσα, ένα συναρπαστικό spa, όμορφα εστιατόρια όπως The Veranda με μεσογειακές και ελληνικές γεύσεις και το lounge Ammos δίπλα στην παραλία, πληθώρα σπορ και ανεπανάληπτη διασκέδαση μα πάνω από όλα, άψογες υπηρεσίες και ποιότητα ζωής. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της ΣΑΝΗ Α.Ε, στην καθημερινή φροντίδα των φιλοξενούμενων του Sani Resort, όπως και σε ανταγωνιστικό επίπεδο. Πρόεδρο του ομίλου ΣΑΝΗ ΑΕ είναι Κ. Σταύρος Ανδρεάδης. Η επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας είναι << <http://www.sani-resort.com> >> και η επωνυμία της επιχείρησης στο επιμελητήριο είναι “ ΣΑΝΗ Α.Ε.” .

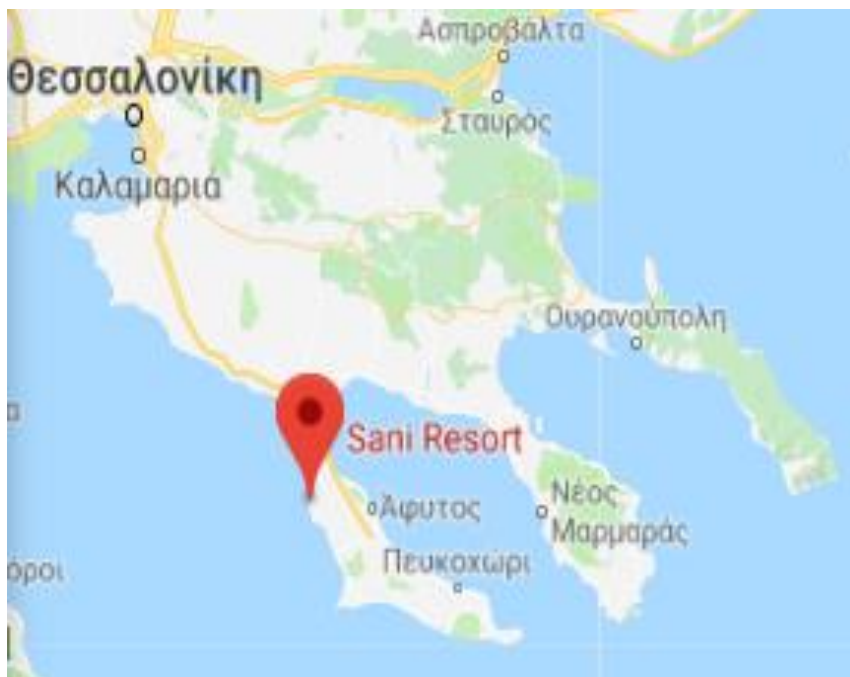
Στο πνεύμα της ανανέωσης, το Sani Beach ολοκληρώνει την συνολική ανακαίνιση όλων των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων του ενώ νέα εστιατόρια όπως το Grill By The Pool προσφέρουν ακόμα περισσότερες επιλογές στους φιλοξενούμενους. Σκοπός μας στο Sani Beach είναι να έχετε τις πιο όμορφες διακοπές του κόσμου. Είναι ξενοδοχείο 5 αστέρων, διαθέτει χιλιόμετρα καταγάλανης παραλίας με λευκή αμμουδιά και πεύκα ή χαλαρώστε στις μεγάλες εξωτερικές και εσωτερικές θερμαινόμενες πισίνες.

Τα δωμάτια έχουν την κατάλληλη διαρρύθμιση, σύγχρονο design και καταπληκτική θέα προς όλο το ακρωτήριο του Σάνη, τον Όλυμπο και το Αιγαίο, μία

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

μεγάλη επιλογή εστιατορίων και μπαρ είναι στη διάθεση του επισκέπτη και του φιλοξενούμενου. Διαθέτει κέντρο SPA, γυμναστήριο, συνεδριακούς χώρους, εστιατόρια, μπαρ. Ακόμη διαθέτει δίκλινα δωμάτια, σουίτες και ιδιωτικές βίλες. Όλα μαζί συνθέτουν ένα πανέμορφο σύμπλεγμα μαζί με τις πισίνες, τα μονοπάτια και τους κήπους.

Τέλος η εταιρεία διαθέτει άλλες 4 ξενοδοχειακές μονάδες το Sani Club ,το Sani Asterias, Porto Sani και το Sani Dunes που βρίσκονται στην Κασσάνδρα Χαλκιδικής.



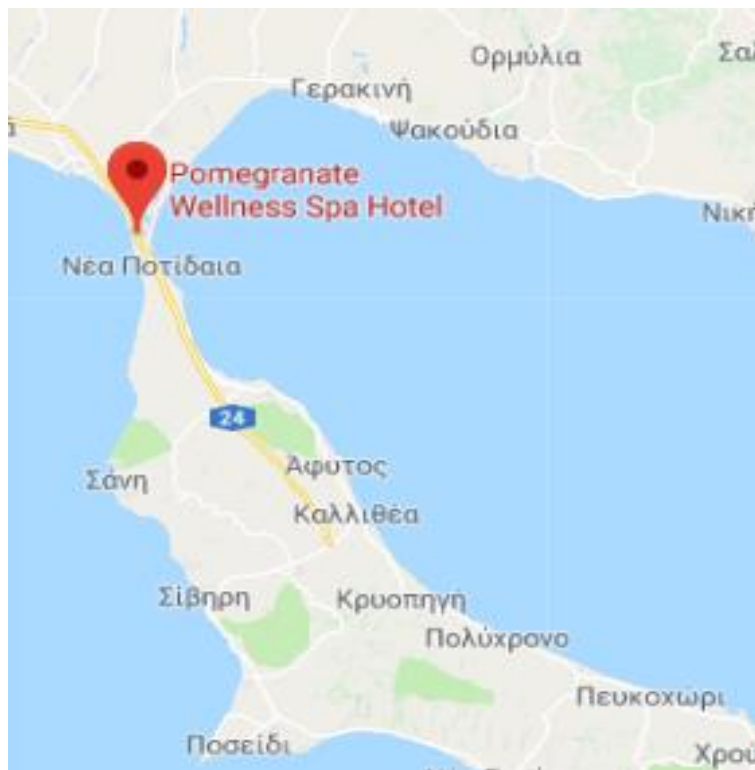
3.2. Pomegranate Wellness Spa

Το Pomegranate Wellness Spa hotel θεωρείται ένα από τα καλύτερα νέα ξενοδοχεία στην Χαλκιδική και το πιο συναρπαστικό νέο τουριστικό θέρετρο ευεξίας & αναζωογόνησης σε όλη την Ελλάδα. Το ξεχωριστό αυτό ξενοδοχείο 5 Αστέρων στη Χαλκιδική, που ξεκίνησε την λειτουργία του το 2013, σαγηνεύει τους επισκέπτες του με το οικείο περιβάλλον του, την παροχή πολυτελών υπηρεσιών, τις απaráμιλλες παροχές που αρμονικά δεμένα, προσφέρουν ακόμη και στους πιο εκλεκτούς ταξιδιώτες μια μοναδική εμπειρία διακοπών. Το μοναδικό αυτό Spa ξενοδοχείο στη Χαλκιδική, προσφέρει 172 πολυτελή και ευρύχωρα δωμάτια & σουίτες, με θέα προς τη θάλασσα και τους κήπους, τα οποία κατανέμονται σε 3 διαφορετικά κτίρια. Με μια μεγάλη γκάμα δωματίων πολυτελούς διαμονής στην επιλογή σας, οι επισκέπτες του πολυτελούς αυτού ξενοδοχείου στη Χαλκιδική, θα απολαμβάνουν ξεκούραστες στιγμές από την ιδιωτικό ήτα του μπαλκονιού ή της αυλής τους με μοναδική θέα.

Μακριά από το άγχος της ζωής στην πόλη, το πολυτελές αυτό κατάλυμα στη Χαλκιδική, προσφέρει όλες τις απολαύσεις που περιμένει κάποιος από ένα κορυφαίο ξενοδοχείο 5 αστέρων, αλλά και ακόμη περισσότερα. Η εξέχουσα θέση του στη Δυτική πλευρά της Χαλκιδικής, ανάμεσα στη Κασσάνδρα και τη Σιθωνία, και μόλις 30 λεπτά από το Αεροδρόμιο «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης, εξασφαλίζει εύκολη πρόσβαση σε όλους τους ταξιδιώτες που αναζητούν το συνδυασμό ενός ξενοδοχείου πολυτελείας πάνω στη θάλασσα, με αμμώδη λευκή παραλία και εκπληκτικό φυσικό τοπίο. Αρμονικά «περικυκλωμένο» από τον Όλυμπο και το Άγιο Όρος, το ξενοδοχείο προσφέρει απεριόριστη θέα στο απέραντο γαλάζιο του Αιγαίου πελάγους αλλά και προς τον Τορωναίο Κόλπο. Η ξενοδοχειακή αυτή μονάδα δημιουργήθηκε από τον Artem Chayka που μαζί με την Oga Lopatina καθώς αποτελούν τους ιδιοκτήτες του ξενοδοχείου. Η επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας είναι << www.pomegranatespahotel.com >> .

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

Η ξενοδοχειακή αυτή μονάδα διαθέτει 172 Πολυτελή Δωμάτια & Σουίτες, 3 Εστιατόρια & 4 Μπαρ, Εσωτερική & Εξωτερικές πισίνες με θαλασσινό και γλυκό νερό αντίστοιχα, το κέντρο Ευεξίας & Αναζωογόνησης Afrodita Roa Spa, με το μοναδικό SpaPark, 7 ιδιωτικά δωμάτια θεραπείας και το επαγγελματικά εξοπλισμένο γυμναστήριο, το “Pomegranate The Club”, τοπικό exclusive night club στην Ελλάδα.



3.3. Ο Ξενοδοχειακός Κλάδος στην Χαλκιδική

Στο προηγούμενο κεφάλαιο αναλύθηκε ο ξενοδοχειακός κλάδος γενικά στην Ελλάδα. Σε αυτό το σημείο όμως θα πρέπει να γίνει μια πιο εκτενής αναφορά στον ξενοδοχειακό κλάδο της Χαλκιδικής.

Η Χαλκιδική είναι περιοχή της Μακεδονίας και γεωγραφικά αποτελεί την απόληξη της Κεντρικής Μακεδονίας στο Αιγαίο πέλαγος, το οποίο εισχωρεί βαθιά μέσα σε αυτήν, σχηματίζοντας τρεις επιμήκεις χερσονήσους, που δίνουν στην περιοχή το χαρακτηριστικό της σχήμα («πόδια της Χαλκιδικής»). Βορειοανατολικά υπάρχει η χερσόνησος Μαρμάρι, ανάμεσα στον Ακάνθιο και τον Στρυμονικό κόλπο.

Η Χαλκιδική είναι μια μεγάλη χερσόνησος, αφού περιβρέχεται από το Αιγαίο πέλαγος και μόνο Β.ΒΔ. είναι ενωμένη με τον κορμό της Μακεδονίας διαμέσου της περιοχής της Θεσσαλονίκης. Στο νότιο τμήμα της Χαλκιδικής, σχηματίζονται τρεις χαρακτηριστικές επιμήκεις χερσόνησοι οι οποίες είναι από δυτικά προς ανατολικά: η χερσόνησος της Κασσάνδρας, η χερσόνησος της Σιθωνίας και η χερσόνησος του Άθω.

Πρωτεύουσα του Νομού Χαλκιδικής είναι ο Πολύγυρος με 6.121 κατοίκους. Διοικητικό κέντρο του Αγίου Όρους είναι οι Καρυές. Η χερσόνησος της Χαλκιδικής χωρίζεται διοικητικά στον νομό Χαλκιδικής και στην αυτόνομη μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους. Το βόρειο τμήμα της χερσονήσου ανήκει στον νομό Θεσσαλονίκης.

Στην περιοχή της Μακεδονίας υπήρχαν επίσης αποικίες ελληνικών πόλεων της νότιας Ελλάδας, οι οποίες σχημάτισαν ομοσπονδιακά κράτη. Σημαντικότερο ήταν το αποικιακό κράτος της Χαλκιδικής που περιλάμβανε κυρίως αποικίες των Ευβοέων. Οι αποικίες αυτές είχαν σχηματίσει μία ομοσπονδιακή ένωση, το Κοινό των Χαλκιδέων με έδρα την Όλυνθο. Στην ένωση αυτή εντάχθηκαν και πόλεις εκτός Χαλκιδικής όπως οι Ευβοϊκές αποικίες της Πιερίας, Πύδνα και Μεθώνη. Κατακτήθηκε από τον Φίλιππο Β' και ενσωματώθηκε στο Μακεδονικό Βασίλειο.

Η Χαλκιδική αποτελείται από τρεις μικρότερες χερσονήσους. Την Παλλήνη την Κασσανδρεία την Φλέγρα, η σημερινή χερσόνησος της Κασσάνδρας. Την Σιθωνία ή Λογγός, η σημερινή ομώνυμη χερσόνησος. Την Άθως ή Ακτή, η σημερινή ομώνυμη χερσόνησος του Άθω που βρίσκεται το Άγιο Όρος. Το Άγιο Όρος αποτελεί αυτοδιοίκητο τμήμα του Ελληνικού Κράτους, που βρίσκεται στη χερσόνησο του Άθω της Χαλκιδικής στη Μακεδονία. Περιλαμβάνει είκοσι Ιερές Μονές και άλλα

μοναστικά ιδρύματα και ανεπίσημα χαρακτηρίζεται ως "Αυτόνομη Μοναστική Πολιτεία". Αποτελεί το κέντρο του Ορθόδοξου χριστιανικού μοναχισμού με μνημεία μεγάλης εθνικής, ιστορικής, θρησκευτικής, γραμματειακής και πολιτισμικής αξίας σε παγκόσμια κλίμακα. Από το 1988 συγκαταλέγεται στον κατάλογο των Μνημείων Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Και την Μαρμάρι (γνωστό και ως Μπροστόμνιτσα) στα ανατολικά, που αποτελεί τη χερσόνησο που χωρίζει το Ακάνθιο από το Στρυμονικό κόλπο

Η Χαλκιδική είναι μια πλούσια γεωλογικά και κοιτασματολογικά περιοχή αφού τα πετρώματα και τα μεταλλεύματα που την απαρτίζουν δίνουν στους κατοίκους της ένα θαυμάσιο υλικό για να οικοδομήσουν και να στηρίξουν την οικονομική τους δραστηριότητα. Ο επισκέπτης, μπορεί να κάνει μια «μεταλλευτική» περιήγηση στη Χαλκιδική, μέσα από συγκεκριμένες γεωδιαδρομές όπου είναι διάσπαρτα τα ίχνη της εξορυκτικής δραστηριότητας από το πρόσφατο παρελθόν και να δει χαρακτηριστικά γνωρίσματα από το πλούσιο υπέδαφός της.

Είναι κατά το πλείστο ημιορεινή- ορεινή και γεωγραφικά κατακερματισμένη, με μεγάλο μήκος ακτών, εκτεταμένες δασικές εκτάσεις (το μισό περίπου της έκτασής της) και με ήπιο σχετικά κλίμα. Βρίσκεται συγκριτικά με άλλες πόλεις κοντά στη Θεσσαλονίκη, με την οποία συνδέεται με δύο βασικές οδικές αρτηρίες, αλλά στερείται άμεσων οδικών συνδέσεων με την υπόλοιπη Μακεδονία. Ιδιαίτερα αισθητή είναι η έλλειψη κατάλληλης οδικής σύνδεσης με την Ανατολική Μακεδονία. Ο νομός περιλαμβάνει τον ορεινό όγκο του βουνού Χολομώντα με 1.165 μέτρα υψόμετρο που βρίσκεται στο κέντρο του νομού, βόρειο-δυτικά είναι το βουνό Ανδριανός με 1.009 μέτρα υψόμετρο που αποτελεί προέκταση του Χορτιάτη της Θεσσαλονίκης και ανατολικά είναι τα βουνά Στρατωνικό και Καστέλι μεταξύ των οποίων διέρχεται ο δρόμος που οδηγεί από Θεσσαλονίκη προς Πολύγυρο, Αρναία, Στρατώνι και Ιερισσό. Νοτιότερα στη χερσόνησο της Σιθωνίας είναι το βουνό του Ιτάμου με 753 μέτρα υψόμετρο. Οι ορεινοί όγκοι καλύπτονται με πυκνά δάση από δρυς, οξιά και αείφυλλα πλατύφυλλα. Τα πεδινά τμήματα του νομού εντοπίζονται, βασικά, στα παράλια της χερσονήσου της Κασσάνδρας προς τον κόλπο της Κασσάνδρας, βόρεια της Νέας Ποτίδαιας μέχρι τα όρια του νομού Θεσσαλονίκης, στην περιοχή της Γερακινής-Ορμύλιας και τέλος στην περιοχή Ιερισσού- Νέα Ρόδα και Ουρανούπολης. Το υπόλοιπο τμήμα του νομού περιλαμβάνει λοφώδεις κατά το πλείστον εκτάσεις (ημιορεινή περιοχή) και καλύπτεται από αραιή και πυκνή δασική και θαμνώδη

βλάβηση, η οποία έχει υποστεί αλληπάλληλες καταστροφές από πυρκαγιές που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια.

Στη Χαλκιδική υπάρχουν σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι που μαρτυρούν τη σπουδαιότητα της περιοχής και καλύπτει όλες τις φάσεις του Ελλαδικού πολιτισμού από την παλαιολιθική εποχή ως τα σύγχρονα χρόνια.

Με μια απλή σκέψη ο καθένας γνωρίζει ότι η Χαλκιδική είναι ένα από τα μέρη στην Ελλάδα που έχουν κέρδος από την τουριστική περίοδο αν και υπάρχει οικονομική ύφεση. Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Χαλκιδικής

Αλματώδη ποιοτική αναβάθμιση παρουσίασε το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κεντρικής Μακεδονίας συνολικά από το 2000 ως το 2015, όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα μελέτης του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος.

Σύμφωνα με τη μελέτη μεγάλη αύξηση (+617%) κατέγραψαν τα ξενοδοχεία 5 αστέρων της Περιφέρειας, οφειλόμενη, κυρίως, στη Χαλκιδική (+1.250%), όπου τα ξενοδοχεία αυτής της κατηγορίας από 2 που ήταν το 2000 αυξήθηκαν σε 27 το 2015, αλλά και στη Θεσσαλονίκη (+225%). Άνοδο παρουσίασε και το δυναμικό των ξενοδοχείων 1* και 2*, όπου καταγράφηκαν αυξήσεις της τάξεως του 20% και 1,4%, αντίστοιχα. Η τάση που έχει διαμορφωθεί για το σύνολο της Επικράτειας, όπου το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων κυρίως των δύο υψηλότερων κατηγοριών έχει μικρύνει από το 2000 ως το 2015, φαίνεται ότι ισχύει και για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Έτσι, ενώ το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων 5 αστέρων το 2000 ήταν 188 δωμάτια, το 2015 μειώθηκε σε 165 δωμάτια και των 4άστρων ξενοδοχείων από 145 το 2000 σε μόλις 87 το 2015. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την αύξηση των μονάδων που ανήκουν στις δύο αυτές κατηγορίες, δείχνει τη στροφή προς παροχή ποιοτικότερων αλλά και πιο προσωποποιημένων υπηρεσιών στα ξενοδοχεία.

Όπως αναφέρει η μελέτη του ΙΤΕΠ το 2015, στις τέσσερις από τις επτά περιφερειακές ενότητες της Κεντρικής Μακεδονίας δεν υπάρχουν καθόλου ξενοδοχεία 5 και 4 αστέρων. Παρόλα αυτά, όμως, στις λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένες περιφερειακές ενότητες καταγράφεται πολύ μεγάλη αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού, με ποσοστά που κυμαίνονται από 94% έως 141% (πρέπει να ληφθεί υπόψη, ότι τα μεγάλα ποσοστά μεταβολής αναφέρονται σε σχετικά μικρούς απόλυτους αριθμούς). Αντίθετα, στη Χαλκιδική, τη Θεσσαλονίκη και την Πιερία, που είναι οι τουριστικά αναπτυγμένες περιφερειακές ενότητες, οι αυξήσεις του ξενοδοχειακού δυναμικού κυμαίνονται από 24% έως 33%.

Έτσι, τη 15ετία 2000-2015 οι ξενοδοχειακές μονάδες στην Κεντρική Μακεδονία αυξήθηκαν κατά περίπου 33%, ενώ τα ξενοδοχεία των τριών ανώτερων κατηγοριών αυξήθηκαν κατά περίπου 126%, γεγονός που φανερώνει την τάση που επικρατεί για ποιοτική αναβάθμιση των μονάδων αλλά και των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Από την ομάδα των τουριστικά αναπτυγμένων περιοχών κατά τη 15ετία 2000-2015, η Πιερία παρουσίασε τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση του ξενοδοχειακού της δυναμικού (+27,2%). Ειδικότερα δε η αύξηση των ξενοδοχείων των τριών υψηλότερων κατηγοριών κατέγραψε αύξηση 210% περίπου. Αντίθετα, η αύξηση των ξενοδοχείων των δύο χαμηλότερων κατηγοριών κυμάνθηκε στο 14%. Στη Θεσσαλονίκη η αύξηση των ξενοδοχείων ήταν της τάξης του 33%, όπου και πάλι κυριάρχησε η αύξηση των ξενοδοχείων των τριών υψηλότερων κατηγοριών (+129%), ενώ καταγράφηκε μείωση στα ξενοδοχεία των δύο χαμηλότερων κατηγοριών (-8,3%). Τέλος, στη Χαλκιδική, που είναι η πιο τουριστική περιοχή της Περιφέρειας, η αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού συνολικά ήταν περίπου 24%. Παρά την αλματώδη αύξηση που σημειώθηκε στα ξενοδοχεία 5 αστέρων, (+1.250%, από 2 ξενοδοχεία το 2000 σε 27 το 2015), η αύξηση των ξενοδοχείων των τριών υψηλότερων κατηγοριών κυμάνθηκε στο 43% και των δύο χαμηλότερων κατηγοριών στο 17% περίπου. Από την ομάδα των τεσσάρων λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένων περιφερειακών ενοτήτων, τη μεγαλύτερη αύξηση στο ξενοδοχειακό δυναμικό κατέγραψε η Πέλλα (141%) και ακολούθησε η Ημαθία με 136%.

Σημειώνεται πως η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας διατηρεί το υψηλότερο μερίδιο στις αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό και το τρίτο υψηλότερο μερίδιο στις διανυκτερεύσεις και τις δαπάνες αυτών, με μέση διάρκεια παραμονής τις 6,2 ημέρες έναντι 8,4 που ήταν για το σύνολο της Επικράτειας. Επισημαίνεται ότι στην Κεντρική Μακεδονία λειτουργούν 1.190 ξενοδοχεία, συνολικής δυναμικότητας 44.402 δωματίων και 87.182 κλινών και με μέσο μέγεθος 37 δωμάτια, από 36 που ήταν το 2000. Τα ξενοδοχεία στην Κεντρική Μακεδονία αντιστοιχούν στο 12,3% των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας, ή στο 11,0% περίπου των συνολικών δωματίων και κλινών. (<http://www.voria.gr>)

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

1) Ξενοδοχειακό Δυναμικό στην Χαλκιδική :

ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚ Η ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ		5*	4*	3*	2*	1*	ΓΕΝΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΜ Α
	Μονάδε ς	32	50	95	163	180	520
	Δωμάτια	6.300	5.201	4.59 1	4.38 8	3.85 5	24.335
	Κλίνες	13.46 8	10.27 3	9.19 5	8.57 6	7.37 5	48.887

2)

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ							
2017							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΜΑΘΙΑΣ	Μονάδες		4	21	7		32
	Δωμάτια		83	462	182		727
	Κλίνες		169	969	348		1.486
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	Μονάδες	11	26	39	27	34	137
	Δωμάτια	1.661	2.007	2.304	967	760	7.699
	Κλίνες	3.067	3.689	4.381	1.838	1.427	14.402
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	Μονάδες			8	5	4	17
	Δωμάτια			207	150	55	412
	Κλίνες			424	275	103	802
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΕΛΛΑΣ	Μονάδες		7	35	15	9	66
	Δωμάτια		186	779	267	166	1.398
	Κλίνες		388	1.581	558	337	2.864
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΙΕΡΙΑΣ	Μονάδες	4	15	53	135	180	387
	Δωμάτια	599	955	1.568	3.515	3.587	10.224
	Κλίνες	1.234	1.967	3.241	6.816	6.972	20.230
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΕΡΡΩΝ	Μονάδες		6	19	6	2	33
	Δωμάτια		299	481	155	95	1.030
	Κλίνες		642	928	293	193	2.056
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	Μονάδες	32	50	95	163	180	520
	Δωμάτια	6.300	5.201	4.591	4.388	3.855	24.335
	Κλίνες	13.468	10.273	9.195	8.576	7.375	48.887
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	47	108	270	358	409	1.192
	Δωμάτια	8.560	8.731	10.392	9.624	8.518	45.825
	Κλίνες	17.769	17.128	20.719	18.704	16.407	90.727
<i>Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.</i>							

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

4.1. Λόγοι Ανάλυσης Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων

Οι κυριότερες χρηματοοικονομικές καταστάσεις είναι οι παρακάτω πέντε, ώστε ο ενδιαφερόμενος χρήστης να μπορεί να σχηματίσει ολοκληρωμένη εικόνα για την οικονομική μονάδα :

1. Ισολογισμός
2. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως
3. Πίνακας Διάθεσης των Αποτελεσμάτων
4. Προσάρτημα

Ο ισολογισμός συχνά συγκρίνεται με τις φωτογραφίες γιατί προσπαθεί να αιχμαλωτίσει την απόδοση της επιχείρησης σε μια δεδομένη στιγμή. Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης αποτελεί την καταγραφή μιας χρονικής περιόδου, την κινηματογράφηση αλλιώς. Για αυτό και υπάρχουν κανόνες και πρότυπα παρουσίασης τους. Οι παραπάνω δυο καταστάσεις παρουσιάζονται έντονα ελεγχόμενες και στοχεύουν κυρίως σε χρήστες που επιδιώκουν στην κατανόηση της επιχείρησης και στην χρηματοοικονομική ανάλυση τους.

Οι χρήστες των λογιστικών πληροφοριών της χρηματοοικονομικής λογιστικής, εκτός της ίδιας της διοίκησης της οικονομικής μονάδας, είναι κυρίως τρίτοι προς την επιχείρηση ενδιαφερόμενοι, όπως :

1. Οι διοικήσεις ανταγωνιστικών οικονομικών μονάδων.
2. Οι φορείς (μέτοχοι, εταίροι) της οικονομικής μονάδας που δεν μετέχουν στη διοίκηση.
3. Τα πιστωτικά ιδρύματα.
4. Οι μελλοντικοί επενδυτές.
5. Οι διάφορες κρατικές υπηρεσίες.
6. Τα εθνικά και διεθνή χρηματιστήρια.

7. Οι χρηματοοικονομικοί αναλυτές.
8. Οι προμηθευτές της επιχείρησης.
9. Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις.
10. Οι εργαζόμενοι στις οικονομικές μονάδες.
11. Το ευρύτερο κοινό (καταναλωτές, οργανώσεις για την προστασία του περιβάλλοντος κ.λπ.)

Οι τεχνικές και οι μέθοδοι που θα χρησιμοποιήσουμε στην ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων είναι αυτή της παραδοσιακής προσέγγισης. Οι οικονομικές καταστάσεις αφορούν τα έτη 2014 μέχρι 2016 και έχουν συνταχθεί με βάση τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικών Αναφορών.

Στην Ελλάδα οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις των περισσότερων επιχειρήσεων βασίζονται στα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα και γενικά στην Ελληνική Νομοθεσία. Με εξαίρεση, οι επιχειρήσεις που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών όπου τις καταρτίζουν σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα. Ο λόγος είναι ότι είναι υποχρεωμένες από την νομοθεσία από το 2005. Έτσι διευκολύνεται ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες θα εξάγουν συμπέρασμα από τις καταστάσεις σε θέματα όπως:

- Την οικονομική αποτελεσματικότητα
- Τον βαθμό ανταγωνιστικότητας της
- Την πιστοληπτική ικανότητα και φερεγγυότητα
- Τις προοπτικές ανάπτυξης και εξέλιξης στο μέλλον
- Τις επιδράσεις της οικονομικής αποδοτικότητας της επιχείρησης στην τιμή της μετοχής της

Οι πίνακες και οι οικονομικές καταστάσεις παρουσιάζονται στα παραρτήματα.

4.2. Ανάλυση Αριθμοδεικτών

Ο όρος ρευστότητα χρησιμοποιείται ως αναφορά της ικανότητας της επιχείρησης να ικανοποιεί τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της καθώς αυτές γίνονται οφειλόμενες. Η ρευστότητα αποτελεί έναν τρόπο κρίσης της κατάστασης στην οποία υφίσταται η εταιρεία. Έχει τρία βασικά συστατικά που είναι ο χρόνος, το ποσό και το κόστος.

Ένας αριθμοδείκτης που αποτελεί μία ουσιαστική και χρήσιμη μέτρηση της ρευστότητας της επιχείρησης και του βραχυπρόθεσμου αξιόγραφου είναι ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας και χρησιμοποιείται εκτεταμένα. Με τον υπολογισμό αυτού του αριθμοδείκτη λαμβάνουμε δεδομένα σημαντικά σχετικά με την κάλυψη των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, την προστασία έναντι των ζημιών και την διαφύλαξη των ρευστών κεφαλαίων.

4.2.1. Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

$$\text{➤ Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Αναφορικά με την τιμή που ενδέχεται να πάρει η τιμή του αριθμοδείκτη πρέπει να αναφέρουμε πως αν η τιμή αυτού είναι μεγαλύτερη της μονάδας η αξία των κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων είναι μεγαλύτερη αυτής των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Υπό αυτές τις συνθήκες θεωρείται πως η εξεταζόμενη επιχείρηση έχει βραχυπρόθεσμη ρευστότητα. Ωστόσο, μια τιμή μεγαλύτερη του ενός δεν αποδεικνύει πως η επιχείρηση βρίσκεται στη βέλτιστη οικονομική κατάσταση. Αντιθέτως, αν η τιμή είναι μικρότερη του ενός συμπεραίνουμε πως η εταιρεία αντιμετωπίζει πρόβλημα στην εξόφληση των υποχρεώσεών της. Τέλος, σε περίπτωση που η τιμή του κυκλοφορούντος ενεργητικού και η αντίστοιχη των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων ταυτίζονται θεωρείται πως η εταιρεία βρίσκεται σε οριακή βραχυπρόθεσμη ρευστότητα.

Πίνακας 4.1.: Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας

ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2014	2015	2016
Sani Beach	1,56	1,50	1,73
Pomegranate Wellness Spa	2,84	0,79	0,67

Από τον πίνακα παρατηρείται ότι η 1^η επιχείρηση έχει βραχυπρόθεσμη ρευστότητα. Ενώ η 2^η αντιμετωπίζει πρόβλημα εξόφλησης των υποχρεώσεών της είναι σε επιτρεπτά όρια λόγω της οικονομικής κρίσης.

- *Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας = $\frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό- Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$*

Ικανοποιητικές ρευστοποιήσεις κρίνονται οι τιμές του δείκτη που ξεπερνούν τη μονάδα. Στα ξενοδοχεία όμως ισχύει το ίδιο ,η προϋπόθεση με την μονάδα όσο αφορά τους δείκτες ρευστότητας, επομένως και σε αυτό τον δείκτη η ανάλυση είναι ακριβώς η ίδια.

Πίνακας 4.2.: Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας

ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2014	2015	2016
Sani Beach	1,47	1,37	1,63
Pomegranate Wellness Spa	2,67	0,76	0,64

Από τις τιμές αυτού του αριθμοδείκτη παρατηρείται μια πορεία ίδια με τον προηγούμενο δείκτη. Αυτό συμβαίνει γιατί η επιχείρηση δεν στηρίζεται σε αποθέματα λόγω της φύσης της δραστηριότητας της.

- *Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας= $\frac{\text{Διαθέσιμα και Ταμειακά Ισοδύναμα}}{\text{Υποχρεώσεις}}$*
Σύνολο Βραχυπρόθεσμ.

Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας δείχνει πόσες φορές τα διαθέσιμα περιουσιακά στοιχεία μιας οικονομικής μονάδας καλύπτουν τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Προκύπτει διαιρώντας το σύνολο του διαθέσιμου ενεργητικού μιας οικονομικής μονάδας με το σύνολο των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεών της. Από τις παρακάτω τιμές παρατηρούμε ότι και η 2^η επιχειρήση ίσα που καταφέρνει να καλύψει τις υποχρεώσεις τις. Ενώ η 1^η όπως βλέπουμε είναι σε καλύτερη οικονομική κατάσταση και δεν αντιμετωπίζει κάποιο πρόβλημα.

Πίνακας 4. 3.: Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας

TAMEIAKH PEYCTOTHTA	2014	2015	2016
Sani Beach	1,22	0,67	0,59
Pomegranate Wellness Spa	0,05	0,11	0,14

4.2.2. Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας

Η χρησιμοποίησή τους αποσκοπεί στο να μετρήσουν το βαθμό στον οποίο μία οικονομική μονάδα είναι αποτελεσματική στη διαχείριση των περιουσιακών της στοιχείων.

$$\text{➤ Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Πάγιου Ενεργητικού} = \frac{\text{Κύκλος Εργασιών}}{\text{Μη Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός παρέχει πληροφόρηση στο χρηματοοικονομικό διευθυντή της επιχείρησης και μπορεί να πάρει τις ανάλογες αποφάσεις για την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων σε πάγια περιουσιακά στοιχεία.

Ο αριθμοδείκτης αυτός δίνει έμφαση στον βαθμό αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των πάγιων περιουσιακών στοιχείων κατά τη διάρκεια της

διαχειριστικής χρήσης. Όσο μεγαλύτερη η τιμή του δείκτη τόσο μεγαλύτερη είναι και η αξιοποίηση των Π.Π.Σ. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι μεγαλύτερες τιμές του δείκτη είναι προτιμότερες από τις μικρότερες. Βέβαια μεγαλύτερες ή μικρότερες τιμές του δείκτη σημαίνει τιμές ίσες ή μεγαλύτερες της μονάδας. Τιμές μικρότερες της μονάδας σημαίνει ανυπαρξία κυκλοφοριακής ταχύτητας ή μη αποτελεσματική χρησιμοποίηση του δεσμευθέντος κεφαλαίου στα Π.Π.Σ. (Λαζαρίδης, 2005).

Πίνακας 4.4. : Αριθμοδείκτης Αντικατάστασης Πάγιων Περιουσιακών Στοιχείων

ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2014	2015	2016
Sani Beach	0,71	0,21	0,16
Pomegranate Wellness Spa	0,26	0,30	0,30

Όπως βλέπουμε παραπάνω, σε γενικά πλαίσια οι τιμές είναι σε αρκετά καλό ποσοστό.

➤ Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κεφαλαίου Κίνησης = $\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Κεφάλαιο Κίνησης}}$

Μεταξύ των πωλήσεων και του κεφαλαίου κίνησης μιας επιχείρησης υπάρχει στενή σχέση για το λόγο ότι όσο αυξάνονται οι πωλήσεις τόσο περισσότερα κεφάλαια κίνησης απαιτούνται για αποθέματα και για τυχόν αυξημένες.

Έτσι προκειμένου να ελεγχθεί αν είναι επαρκής ή όχι η χρησιμοποίηση των κεφαλαίων κίνησης, προσδιορίζεται ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας καθαρού κεφαλαίου κίνησης. Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει ποιο είναι το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιήθηκε από κάθε μονάδα καθαρού κεφαλαίου κίνησης.

Η 2^η επιχείρηση λόγω των αρνητικών τιμών τις, είναι εμφανές ότι η χρησιμοποίηση κεφαλαίων δεν είναι επαρκείς. Ακόμη ότι το ύψος των πωλήσεων δεν είναι υψηλό. Αυτό σημαίνει ότι δεν υπάρχει κεφάλαιο για αποθέματα και περαιτέρω επενδύσεις. Ενώ η 1^η επιχείρηση το ύψος των πωλήσεων τις είναι πολύ μεγάλο και το κεφάλαιο τις είναι επαρκές για αυτές τις πωλήσεις και για περαιτέρω επενδύσεις.

Πίνακας 4.5. : Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κεφαλαίου Κίνησης

ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ	2014	2015	2016
Sani Beach	4,62	10,04	5,16
Pomegranate Wellness Spa	1,73	-4,58	-3,81

➤
$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων} = \text{Πωλήσεις}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Η ανάλυση γίνεται εκ των έσω ή αν ο αναλυτής διαθέτει τις αγορές τότε ο αριθμοδείκτης ονομάζεται κυκλοφοριακής ταχύτητας εξόφλησης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων γιατί αντί των Πωλήσεων χρησιμοποιούνται οι Αγορές. Άλλα επειδή δεν διατίθεται εύκολα αυτό το μέγεθος έχει αλλάξει και με κριτήριο καθαρά και μόνο τι προτιμάει ο αναλυτής χρησιμοποιείται είτε το μέγεθος των Πωλήσεων είτε του Κόστους Πωληθέντων.

Εδώ μελετάται με το στοιχείο των Πωλήσεων και παρατηρείται ότι οι πωλήσεις καλύπτουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Αλλά και πάλι είναι εμφανές ότι η 1^η επιχείρηση έχει αναλογικά περισσότερες πωλήσεις.

Πίνακας 4.6. : Αριθμοδείκτης Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	2014	2015	2016
Sani Beach	2,57	5,01	3,78
Pomegranate Wellness Spa	3,18	0,96	1,25

4.2.3. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

Τον συνδυασμό του αποτελέσματος με τα διάφορα χρηματοδοτικά γεγονότα αποτελούν οι δείκτες οικονομικής απόδοσης. Μέσω της ανάλυσης των αριθμοδεικτών αυτών είναι δυνατή η αντίληψη περί των συνθηκών και των προοπτικών της επιχείρησης και μπορούμε να προσδώσουμε τον χαρακτηρισμό ως κερδοφόρα ή μη στην επιχείρηση. (Σωτηριάδης, 1999)

- Αριθμοδείκτης Απόδοσης Ιδίων Κεφαλαίων = $\frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$

Ουσιαστικά αυτός ο αριθμοδείκτης δείχνει την κερδοφορία στην επιχείρηση και κατά πόσο η επιχείρηση πραγματοποίησε τους στόχους της.

Πίνακας 4.7. : Αριθμοδείκτης Απόδοσης Ιδίων Κεφαλαίων

ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	2014	2015	2016
Sani Beach	26,06%	-1,46%	6,07%
Pomegranate Wellness Spa	-1,81%	3,57%	4,54%

Από τον πίνακα παρατηρείται ότι η επιχείρηση η 1^η για το 2015, και η 2^η για το 2014 έχουν αρνητική κερδοφορία, δηλαδή είναι με ζημία ως προς τα Ίδια τους Κεφάλαια. Ενώ για τα άλλα έτη βλέπουμε ότι και οι δυο επιχειρήσεις έχουν καλή κερδοφορία και έτσι πραγματοποιούν τους στόχους τους.

$$\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού} = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων}}$$

Ο αριθμοδείκτης μετράει την αποδοτικότητα των Περιουσιακών Στοιχείων. Ο αριθμοδείκτης αυτός βοηθάει στον έλεγχο και στην αξιολόγηση της διοίκησης της επιχείρησης. Από τις τιμές του πίνακα διαπιστώνεται ότι οι επιχειρήσεις για το έτος

2014 και 2015 δεν έχουν θετική απόδοση των Παγίων τους. Αυτό σημαίνει αρχικά ζημίες και όχι κέρδη. Ακόμη οι επιχειρήσεις στηρίζονται πολύ σε Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία και γενικά σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό λόγω των δραστηριοτήτων τους και είναι πολύ υψηλές οι τιμές τους.

Πίνακας 4.8.: Αποδοτικότητα Ενεργητικού

ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2014	2015	2016
Sani Beach	17,31%	-1,03%	1,44%
Pomegranate Wellness Spa	-1,69%	2,68%	3,52%

4.2.4. Αριθμοδείκτες Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης και Περιουσιακής Διάρθρωσης

Οι δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης μας βοηθούν στο να αξιολογήσουμε το μακροπρόθεσμο κίνδυνο επιβίωσης της επιχείρησης.

➤ Αριθμοδείκτης χρέους =
$$\frac{\text{Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}{\text{Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις} + \text{Ίδια Κεφάλαια}}$$

Ο αριθμοδείκτης χρηματοοικονομικής μόχλευσης λαμβάνει τιμές μικρότερες τις μονάδας. Όσο πιο πολύ η τιμή του δείκτη πλησιάζει στη μονάδα τόσο μικρότερη είναι η συμμετοχή των ιδίων κεφαλαίων στα μακροπρόθεσμα κεφάλαια. Από αυτόν τον αριθμοδείκτη επιβεβαιώνεται ότι η 1^η επιχείρηση δεν στηρίζεται σε μεγάλο ποσοστό σε Ίδια Κεφάλαια αλλά σε Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις. Ενώ η 2^η στηρίζεται στα ίδια της κεφάλαια.

Πίνακας 4.9.: Δείκτη χρέους

ΧΡΕΟΥΣ	2014	2015	2016
Sani Beach	0,17%	0,26%	0,75%
Pomegranate Wellness Spa	0,00%	0,00%	0,20%

$$\begin{aligned} &\text{➤} \quad \text{Αριθμοδείκτης αυτοχρηματοδότησης παγίων περιουσιακών στοιχείων} = \\ &\quad \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία}} \end{aligned}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός εκφράζει το ποσοστό παγίων περιουσιακών στοιχείων που χρηματοδοτούνται από ίδια κεφάλαια. Τα ΠΠΣ χρηματοδοτούνται κυρίως από τα ίδια κεφάλαια όπως παρατηρείται. Αυτό μπορεί να είναι και στρατηγική των επιχειρήσεων. Τα ποσοστά είναι περίπου στο ίδιο επίπεδο και για τις 2 επιχειρήσεις οπότε είναι πιο πιθανό για στρατηγική.

Πίνακας 4.10.: Αυτοχρηματοδότησης παγίων περιουσιακών στοιχείων

ΑΥΤΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΠΑΓΙΩΝ	2014	2015	2016
Sani Beach	95,03%	75,03%	25,38%
Pomegranate Wellness Spa	114,94%	93,43%	90,20%

4.2.5. Περιθωρίου Κέρδους

$$\begin{aligned} &\text{➤} \quad \text{Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους (μετά από φόρους) } = \\ &\quad \frac{\text{Καθαρά Κέρδη μετά από φόρους}}{\text{Έσοδα Πωλήσεων}} \end{aligned}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός παρουσιάζει το μέρος των πωλήσεων στα Καθαρά Κέρδη. Από τις παρακάτω τιμές παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις κλείσανε με περισσότερο κέρδος και λίγες ζημιές.

Πίνακας 4.11.: Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους μετά Φόρων

ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2014	2015	2016
Sani Beach	34,88%	-5,13%	9,63%
Pomegranate Wellness Spa	-8,02%	11,08%	13,53%

4.3. Κάθετη Ανάλυση Καταστάσεων

Η κάθετη ανάλυση αποτελεί μια εναλλακτική μορφή ανάλυσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων μιας εταιρείας. Εδώ τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων που αναλύονται παρουσιάζονται ως ποσοστό κάποιου συνολικού μεγέθους της κατάστασης. Έτσι, μας δίνεται η δυνατότητα να εντοπίσουμε τις σχέσεις μεταξύ των στοιχείων και να κάνουμε συγκρίσεις. Η τεχνική αυτή ονομάζεται και Καταστάσεις Κοινού Μεγέθους.

Για τη μελέτη του ενεργητικού και του παθητικού με αυτή τη μέθοδο, όλα τα στοιχεία μετατρέπονται σε ποσοστά του συνόλου του ενεργητικού και του παθητικού, ενώ για τη μελέτη των αποτελεσμάτων χρήσης όλα τα στοιχεία μετατρέπονται σε ποσοστά των πωλήσεων. Για τον υπολογισμό των ποσοστών διαιρούμε τα ποσά σε ευρώ των στοιχείων με τα ποσά σε ευρώ των συνολικών μεγεθών και τα πολλαπλασιάζουμε με το 100.

Οι καταστάσεις κοινού μεγέθους του ισολογισμού εκφράζουν κάθε στοιχείο ως ποσοστό του συνόλου του ενεργητικού (ή του παθητικού) και η κατάσταση κοινού μεγέθους των αποτελεσμάτων χρήσεως εκφράζει κάθε στοιχείο αυτής σαν ποσοστό του κύκλου εργασιών.

Οι χρονικές συγκρίσεις των καταστάσεων κοινού μεγέθους είναι ιδιαίτερα χρήσιμες για ενδοεπιχειρησιακές συγκρίσεις επειδή οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις διαφορετικών επιχειρήσεων ανασχηματίζονται σε σχήμα στις καταστάσεις κοινού μεγέθους. Οι συγκρίσεις των καταστάσεων κοινού μεγέθους μιας επιχείρησης με αυτές των ανταγωνιστών ή του μέσου κλάδου μπορούν να διαφέρουν ως προς τις μεταβολές και την εξέλιξή τους. Οι πίνακες που παρουσιάζουν τα δεδομένα βρίσκονται στο Παράρτημα II.

Το 2014, για το Sani Beach, τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 69,92% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον, καλύπτουν το 1,70%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 4,74% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 23,64% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 30,08%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 66,44% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις το 14,23% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 19,33%.

Το 2015, για το Sani Beach, τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 94,01% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον, καλύπτουν το 0,53%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 2,79% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 2,67% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 5,99%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 70,54% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις το 25,47% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 4,00%.

Το 2016, για το Sani Beach, τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 93,17% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον, καλύπτουν το 0,42%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 4,09% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 2,32% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 6,83%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 23,64% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις το 72,41% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 3,95%.

Από την άλλη για το Pomegranate, το 2014 τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 81,25% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον, καλύπτουν το 1,08%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 17,33% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 0,34% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 18,75%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 93,39% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις για αυτό το έτος είναι 0,00% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 6,61%.

Το 2015 για το Pomegranate τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 80,23% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον,

καλύπτουν το 0,69%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 16,23% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 2,85% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 19,77%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 74,96% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις για αυτό το έτος είναι 0,00% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 25,04%.

Το 2016 για το Pomgranate τα ακίνητα, οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός καλύπτουν το 86,04% του συνόλου του ενεργητικού. Τα αποθέματα, επιπλέον, καλύπτουν το 0,70%, οι πελάτες-λοιπές απαιτήσεις αναφέρονται στο 10,29% του συνόλου του ενεργητικού και το ταμείο – τράπεζες καλύπτουν το 2,96% του ενεργητικού. Επιπρόσθετα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού καλύπτει το 13,96%. Από την άλλη, τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το 77,61% του συνόλου του παθητικού, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις 1,60% ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις το 20,79%.

Από τα παραπάνω δεδομένα παρατηρείται όπως και στους αριθμοδείκτες ότι οι επιχειρήσεις είναι εντάσεως παγίου. Αυτό σημαίνει ότι επενδύουν μεγάλα κεφάλαια στις εγκαταστάσεις και εξοπλισμό. Σε γενικές γραμμές, οι δυο επιχειρήσεις ακολουθούν την ίδια στρατηγική αφού τα ποσοστά τους είναι στα ίδια επίπεδα ανά λογαριασμό, εκτός από το Sani Beach που έχει μεγαλύτερα ίδια κεφάλαια τα πρώτα δυο χρόνια, ενώ για το 2016 δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις σε σχέση με τις βραχυπρόθεσμες, από ότι το Pomgranate, όπως φαίνεται δίνει έμφαση στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις και όχι στις μακροπρόθεσμες.

Από την άλλη τα ταμειακά διαθέσιμα για το Sani beach μειώνονται με την πάροδο τις τριετίας, ενώ το Pomgranate έχει μια μικρή αύξηση μέσα στην τριετία.

4.4. Οριζόντια Ανάλυση Καταστάσεων

Είναι φανερό ότι στις καταστάσεις κοινού μεγέθους μπορούμε εύκολα να διακρίνουμε τις σχέσεις μεταξύ των στοιχείων. Ωστόσο, δεν γίνεται φανερή όλη η σημασία της εξέλιξης και έτσι ένας χρήσιμος τρόπος να απεικονισθούν οι πληροφορίες αυτές είναι να χρησιμοποιήσουμε παράλληλα και τις ετήσιες μεταβολές και δείκτες με βάση το 100. Η μέθοδος ανάλυσης των Ποσοστών Τάσης ή Σειρών Δεικτών Τάσης διαφέρει από τις προηγούμενες μεθόδους, γιατί αναλύει τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών χρησιμοποιώντας δείκτες με βάση το 100. Με αυτό τον τρόπο καθιστούν ιδιαίτερα εύκολη και ενδιαφέρουσα τη μελέτη της πορείας των στοιχείων των διαφόρων οικονομικών καταστάσεων.

Με τη βοήθεια των καταστάσεων αυτών υπολογίζουμε τις μεταβολές των διαφόρων οικονομικών στοιχείων κατά τη διάρκεια της ζήτησης που μας ενδιαφέρει (2014 – 2016), χρησιμοποιώντας ένα κοινό έτος βάσης, το 2014 σε αυτή την μελέτη. Το ποσοστό του κάθε χρηματοοικονομικού στοιχείου υπολογίστηκε με βάση τον τύπο:

$$\frac{\text{ΜΕΓΕΘΟΣ}_t}{\text{ΜΕΓΕΘΟΣ}_{\text{βάσης}}} * 100$$

Οι πίνακες με τα αριθμητικά δεδομένα των ποσοστών τάσης παρουσιάζονται το παράρτημα ΙΙ. Συγκεκριμένα, το σύνολο του κυκλοφορούντος ενεργητικού έχει μια απίστευτη μείωση στο Sani Beach για το έτος 2014 με 2015, καθώς μετέπειτα το 2016 έχουμε μια μεγάλη αύξηση, ενώ στο Pomegranate έχει μια μικρή αύξηση το 2015 περίπου 4 εκατομμύρια, αλλά και μια μικρή μείωση το 2016. Το σύνολο του μη κυκλοφορούντος ενεργητικού παρουσιάζει και στις δύο επιχειρήσεις αύξηση συμπεραίνοντας ακόμη μία φορά την βαρύτητα που δίνεται στον εξοπλισμό. Όπως είχαμε αναφέρει και στην καθετή ανάλυση για το Sani beach, έχουμε μια μεγάλη μείωση το 2016 στο σύνολο των ιδίων κεφαλαίων σε σχέση με το 2015. Ενώ το Pomegranate έχει μια μικρή αύξηση από το 2015 στο 2016.

Το Sani beach αυξάνεται κατά 164% περίπου το 2015 σε σχέση με το 2014 αλλά το 2016 μειώνεται σε μία χρήση 134% περίπου. Το Pomegranate από την άλλη

το 2015 αυξάνεται κατά 37% περίπου και αυξάνεται 6% περίπου το 2016. Αυτό σημαίνει ότι είναι σε σταθερή πορεία.

Το σύνολο των μακροπρόθεσμων για το Sani beach, από το 2014 μέχρι το 2016 παρουσιάζουν μια ραγδαία αύξηση, ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις για το έτος 2015 έχουν μια μείωση κατά 48% σε σχέση με το 2014, ενώ το 2016 υπάρχει μια αύξηση κατά 22% περίπου.

Ενώ για το Pomegranate βλέπουμε ότι οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις τους είναι μηδενικές για το έτος 2014 και 2015, ενώ το 2016 έχουμε ένα σημαντικό ποσό των 804.000 ευρώ, και για τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις παρατηρούμε ότι έχουμε μια αύξηση το 2015 κατά 2.000.000 ευρώ ενώ για το έτος 2016 βλέπουμε ότι έχουμε μια μεγάλη μείωση κατά 10.000.000 ευρώ περίπου, δηλαδή μειώσει κατά 105% περίπου. Και αυτό συμβαίνει διότι το 2016 δώσανε βάση περισσότερο στις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις παρά στις βραχυπρόθεσμες.

4.5. Μελέτη Κεφαλαίου Κίνησης

4.5.1. Γενικά Στοιχεία

Η μελέτη του κεφαλαίου κίνησης μια εταιρείας αποτελεί μια από τις θεμελιώδεις τεχνικές χρηματοοικονομικής ανάλυσης λογιστικών καταστάσεων και αυτό γιατί το κεφάλαιο κίνησης αποτελεί το βαθμό ικανότητας της επιχείρησης να ανταπεξέλθει αποτελεσματικά στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Οι πηγές συνήθως από όπου προέρχεται το κεφάλαιο κίνησης είναι οι πωλήσεις και τα άλλα έσοδα εκμετάλλευσης, τα κέρδη κεφαλαίου από πώληση χρεογράφων, οι πωλήσεις παγίων περιουσιακών στοιχείων, η αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου, οι βραχυχρόνιες τραπεζικές πιστώσεις και οι πιστώσεις των προμηθευτών.

Το Κεφάλαιο Κίνησης υπολογίζεται από την σχέση:

Κεφάλαιο Κίνησης = Κυκλοφορούν Ενεργητικό – Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Δεν υπάρχει ιδανικό κεφάλαιο κίνησης που να μπορεί να καθοριστεί ως το άριστο μέγεθος που μπορεί η επιχείρηση να διαθέτει, καθώς αποτελεί ένα μέγεθος που καθορίζεται από ποικίλους παράγοντες και εξαρτάται κάθε φορά από την εταιρεία την οποία εξετάζουμε.

Σημειώνεται ότι μια μείωση του κεφαλαίου κίνησης αποτελεί εισροή και ως εκ τούτου αποτελεί πηγή κεφαλαίων. Από την άλλη πλευρά, κάθε αύξηση του κεφαλαίου κίνησης είναι εκροή και, επομένως, είναι χρήση κεφαλαίου. Δεδομένου ότι το κεφάλαιο κίνησης ισούται με τη διαφορά μεταξύ του κυκλοφορούντος ενεργητικού και των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, κάθε αύξηση του κυκλοφορούντος ενεργητικού και κάθε μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων αποτελεί χρήση και ανάλογα κάθε μείωση του κυκλοφορούντος ενεργητικού και αύξηση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων αποτελεί πηγή κεφαλαίων.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα γραφήματα της μεταβολής του Κεφαλαίου Κίνησης σε κάθε επιχείρηση με πίνακα των δεδομένων και ακόμη ένα συνολικό γράφημα με την συνολική μεταβολή του Κεφαλαίου Κίνησης.

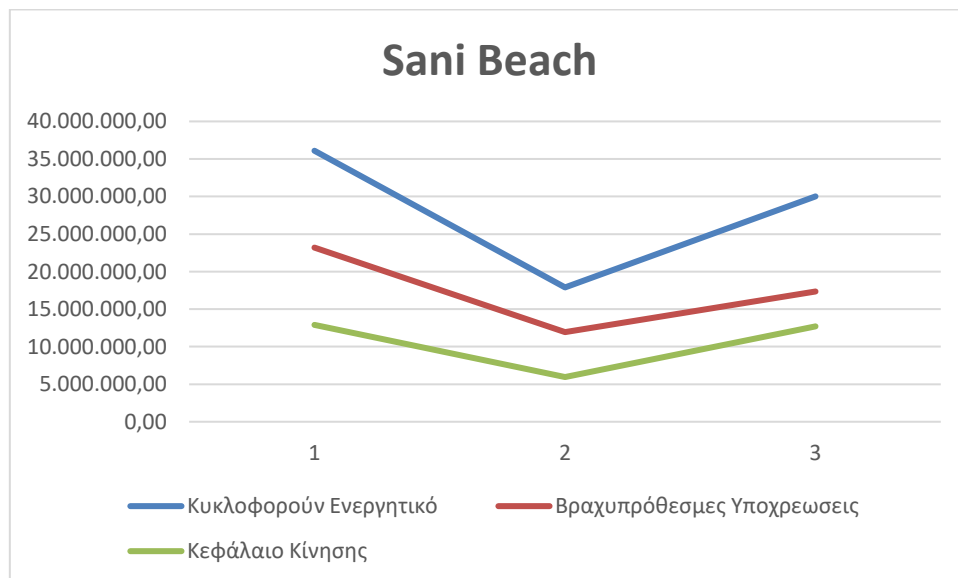
4.5.2. Ανάλυση Μεταβολής Κεφαλαίου Κίνησης

Παρατηρούμε πως το Κεφάλαιο Κινήσεως του Sani beach το 2015 μειώνεται κατά πολύ προς τα κάτω. Συγκεκριμένα την πρώτη χρήση, το 2014, βρίσκεται σε πολύ καλά θετικά επίπεδα, αλλά την επόμενη χρονιά είναι μειωμένο κατά 50%. Αυτό οφείλεται τόσο στην μείωση των Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων, όσο και στην μείωση του Κυκλοφορούντος Ενεργητικού όπου αυτό μειώνεται κατά 19.000.000 €. Λόγοι που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την μείωση του ΚΚ είναι οι αποσβέσεις των εγκαταστάσεων και γενικά των παγίων, και ποιο συγκεκριμένα έχουμε μεγάλη μείωση στο ταμείο - τράπεζες. Το 2016 αυξάνεται πολύ περισσότερο το ΚΚ, κυρίως οφείλεται

στην αύξηση των παγίων. Ενώ οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αυξάνονται και αυτές με ποιο μικρούς ρυθμούς.

Πίνακας 4.12.: Η μεταβολή Κεφαλαίου Κίνησης του Sani Beach

Sani Beach	2014	2015	2016
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	36.095.367,00	17.892.937,00	30.025.935,00
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	23.194.497	11.937.709	17335228
Κεφάλαιο Κίνησης	12.900.870,00	5.955.228,00	12.690.707,00

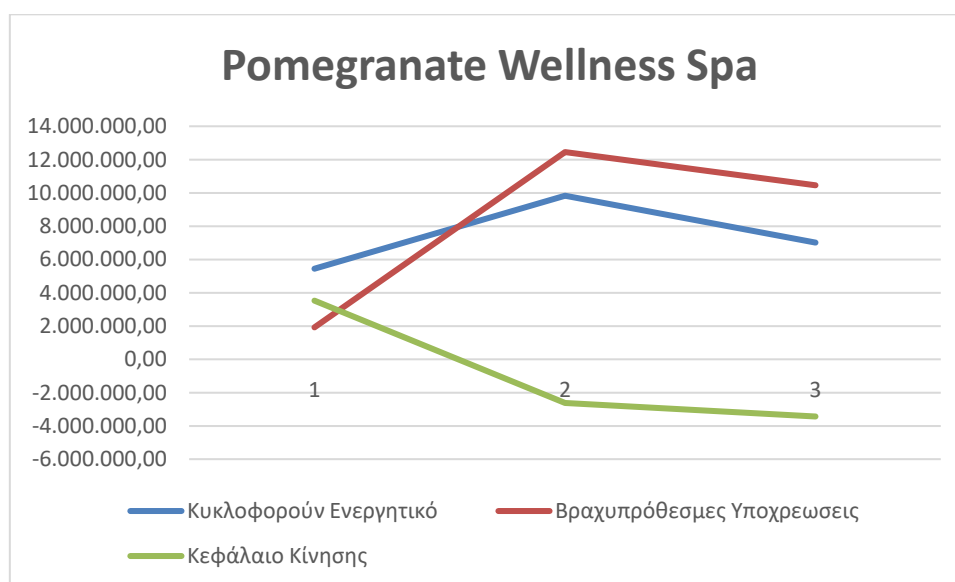


Γράφημα 1: Συνολική Μεταβολή Κεφαλαίου Κίνησης Sani Beach

Το Κεφάλαιο Κινήσεως της επιχείρησης Pomegranate μειώνεται το 2015 όπως και το 2016 μειώνεται, όμως τις δυο χρήσεις 2015 και 2016 είναι αρνητικό. Το ΚΕ αυξάνεται κυρίως από την αύξηση των παγίων, και των ταμειακών διαθεσίμων και μετρητών. Οι ΒΥ αυξάνονται ραγδαία με αποτέλεσμα να παραμένουν υψηλότερες από το ΚΕ, λόγω ότι είναι οι υψηλές βραχυπρόθεσμες τοκοφόρες υποχρεώσεις, όπου είναι δανειακές υποχρεώσεις, είτε σε τράπεζα, είτε σε άλλο φορέα.

Πίνακας 4.13.: Η μεταβολή Κεφαλαίου Κινήσεως του Pomegranate Wellness Spa

Pomegranate Wellness Spa	2014	2015	2016
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	5.443.005,00	9.828.146,00	7.019.771,00
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	1.918.388	12.450.661	10.457.770
Κεφάλαιο Κίνησης	3.524.617,00	-2.622.515,00	-3.437.999,00



Γράφημα 2: Συνολική Μεταβολή Κεφαλαίου Κίνησης Pomegranate Wellness Spa

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η ενίσχυση των συνεργείων, της καινοτομίας και της αξιοποίησης της γνώσης στην τουριστική επιχειρηματικότητα κρίνεται σκόπιμη όπως και η αναβάθμιση, ανάδειξη και προβολή των τουριστικών προορισμών (ανακαινίσεις, αναπλάσεις, βελτίωση πυλών εισόδου, σήμανση κλπ.), με ειδικές δράσεις για αναπτυγμένους - αναπτυσσόμενους και ειδικούς (νησιά και ορεινές περιοχές) τουριστικούς προορισμούς. Η ανάπτυξη των μηχανισμών υποστήριξης και την απόδοση τους σε λειτουργική χρήση για την ενίσχυση ανταγωνιστικότητας και εξωστρέφειας του Ελληνικού Τουρισμού αλλά και της περιφερειακής ανάπτυξης.

Η μείωση της έμμεσης φορολόγησης. Δηλαδή η μείωση στο ΦΠΑ ή στα τέλη. Με τις συγκεκριμένες μειώσεις είτε αυξάνουν τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων είτε μειώνεται το κόστος των επενδύσεων. Να παρέχονται φορολογικές εκπτώσεις από τα κέρδη των επιχειρήσεων όταν τα έσοδα αυτά να πηγάζουν σε πραγματικές επενδύσεις. Ακόμη θα μπορούσαν να δοθούν πρόσθετες αποσβέσεις όταν υπάρχει επένδυση για να δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση να διενεργεί πρόσθετες αποσβέσεις των πάγιων περιουσιακών στοιχείων της πέραν των προκαθορισμένων. Τέλος μέσω της επένδυσης μίας επιχείρησης να έχει τη δυνατότητα να μειώσει ακόμη και τις εργοδοτικές εισφορές που πληρώνει για την ασφαλιστική κάλυψη των εργαζομένων της.

Τα παραπάνω, χωρίς να υπεισέλθουμε στους κρατικούς φορείς, αποτελούν μερικά από τα κυρίως προβλήματα που απασχολούν τον ελληνικό τουρισμό. Αυτό δεν σημαίνει ότι ο τομέας δεν κάνει σταθερά βήματα προόδου. Το γεγονός ότι ακόμη και σήμερα παρατηρείται αύξηση στις αφίξεις των τουριστών, τούτο αποδίδεται εν μέρει σε οργανωμένες προσπάθειες κυρίως όμως είναι αποτέλεσμα της ελληνικής φύσης και των ελληνικών θαλασσών.

Η αύξηση των επισκεπτών δεν πρέπει να μας ξεγελά. Υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης ώστε να καταστήσουμε μια πραγματικά ανταγωνιστική τουριστική χώρα. Η ελληνική φύση, οι ελληνικές θάλασσες και τα νησιά μας θα έπρεπε να μας έχουν στην πρώτη θέση των τουριστικών προορισμών. Αντί να μιλάμε σήμερα του πως θα γίνουμε μια ανταγωνιστική χώρα έναντι των άλλων θα έπρεπε οι άλλες χώρες να προσπαθούν να γίνουν ανταγωνιστικές ως προς την Ελλάδα.

Αυτά μπορούν να επιτευχθούν μέσω της στρατηγικής θεώρησης για την δυναμική, βιώσιμη και με χρονική προοπτική ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού του ξενοδοχειακού κλάδου. Επομένως χρειάζεται ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των τουριστικών επενδύσεων για την επέκταση και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ακόμη απαιτείται ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, με στόχο την διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος, την διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης στον γεωγραφικό χώρο και την άμβλυνση της εποχικότητας.

Όσο αφορά στο πρακτικό σκέλος του πονήματος, οι επιχειρήσεις που έχουν καταλυτικό ρόλο στον ξενοδοχειακό τομέα στην Χαλκιδική παρατηρούμαι ότι ακολουθούν στρατηγικές ανάπτυξης όπως και μεγάλες εισηγμένες ξενοδοχειακές μονάδες. Οι επιχειρήσεις στηρίζονται πολύ σε Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία και γενικά σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό λόγω των δραστηριοτήτων τους και είναι πολύ υψηλές οι τιμές τους. Το Sani beach στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στα Ίδια της Κεφάλαια όσο και το Pomegranate. Το Sani beach στηρίζεται περισσότερο στις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της, με αποτέλεσμα να μπορεί να τις ρευστοποιήσει άμεσα. Για το Pomegranate ισχύει ακριβώς το αντίθετο στηρίζεται περισσότερο στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της σε σχέση με τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να ρευστοποιήσει άμεσα τις μακροπρόθεσμες. Τέλος παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις έχουν ορθή λειτουργική και τιμολογιακή πολιτική, αυτό παρατηρείται μέσα από την στενή ανάλυση και μελέτη που έχει πραγματοποιηθεί

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ:

- Αποστολόπουλος Ιωάννης ,ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ, ΜΕΘΟΔΟΙ-ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ,εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 2004
- Ασβεστά Στυλιανή, Πετροπούλου Γαρυφαλλιά, ΚΛΑΔΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ-ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ-ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ-ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ, Αθήνα, 2012
- Βαρβαρέσου Στέλιου, 200, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ : ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ, Αθήνα, Προπομπός
- Καραγιάννη Στέφανου, 1997, ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ, Αθήνα, Ελλην.,
- Καραμάνης, Κ. (2008). ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ - ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΑ ΔΙΕΘΝΗ ΕΛΕΓΚΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ
- Καρδαράκης Κωνσταντίνος,(2001). ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΔΕΥΤΕΡΗ ΈΚΔΟΣΗ, ΑΝΑΘΕΩΡΗΜΕΝΗ. Περιστέρι: Εκδόσεις Έλλην
- Κάντζος, Κ. & Χονδράκη, Α. (2006). ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ 2Η Έκδοση. Αθήνα
- Kotas Richard, MANAGEMENT ACCOUNTING FOR HOSPITALITY AND TOURISM, Thomson business press, London, 1999
- Λαζαρίδη Ιωάννη, Παπαδόπουλου Δημήτρη, 2005, ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ, Θεσσαλονίκη, ISBN,
- *Λεκαράκου Νιζάμη Κατερίνα, ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ.. ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ | 2001.*

- Μυλωνόπουλο Δημήτρη, 2005, ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Αθήνα, Interbooks,
- Μυλωνόπουλος Δημήτρης, Μέντης Γρηγόρης, Μοίρα Πολυξένη, ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ, ΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, 2003
- Νούλας Αθανασιος Γ. ,ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ,ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΚΕΣ ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ, έκδοση Ανικούλα 2015,
- Ντζακάτος Δημήτρης, ΤΑ ΔΙΕΘΝΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΜΕ ΑΠΛΑ ΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ, Εκδόσεις Καστανιώτη 2008
- Παλμός Νικόλαος, ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ : BRANDING ΚΑΙ ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ, εκδοτικός οίκος Interbooks,Αθήνα,1999
- Τζελάκη – Παπαδάκη Στελα,1990, ΕΝΔΟΓΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση
- Φουντουκάκη Γιάννη, 2000, ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, Αθήνα, Ελληνί,
- Χυτήρη Λεωνίδα, 1996, ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, Αθήνα, Interbooks,

 **ΑΡΘΡΑ – ΔΕΛΤΙΑ ΤΥΠΟΥ :**

- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλεψεων, 10/05/2006, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, Δελτίο τυπου, τευχος 21

 ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ :

- www.agrotour.gr
- www.eeki.gr
- www.ethnos.gr
- www.grhotels.gr
- www.gnto.gov.gr
- www.ghotw.com
- <https://www.icap.gr>
- www.pomegranatespahotel.com
- www.patranews.gr
- www.sete.gr
- www.sani-resort.com
- www.visitgreece.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 :

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	SANI BEACH	2014	2015	2016
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ		83.882.787	280.821.945	409.341.361
ΓΗΠΕΔΑ/ΟΙΚΟΠΕΔΑ		0	163.585.056	166.408.158
ΚΤΙΡΙΑ/ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ		62.676.941	145.508.225	168.019.758
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ		1.473.967	5.653.636	5.843.585
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ./ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.		0	0	114.092.833
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒ.		0	37.731.354	45.451.914
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ		0	33.715.196	37.738.176
ΑΠΟΣΒ.ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ		0	4.016.158	4.293.738
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.		0	0	3.420.000
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		34.531	36.570	176.056
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ		19.697.348	3.769.812	252.885
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ		2.037.522	1.576.008	1.837.376
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ/ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ		392.093	204.662	225.798
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ		0	0	0
ΥΛΕΣ/ΥΛΙΚΑ		1.645.429	1.371.346	1.611.578
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		5.689.656	8.339.235	17.985.269
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ/ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚ		1.292.670	942.629	721.202
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ		0	0	0
ΛΟΠΙΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		4.396.986	7.396.606	17.264.067
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ		28.368.189	7.977.694	10.203.290
ΤΑΜΕΙΟ		0	1.131.917	103.389
ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ		0	6.845.777	10.099.901
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		36.095.367	17.892.937	30.025.935
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		119978154	298714882	439367296

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	2014	2015	2016
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	79.715.245	210.700.014	103.880.681
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	28.858.859	17.557.859	7.962.216
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	32.527.662	183.683.581	81.024.306
ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΠΟ ΕΚΔΟΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟ ΑΡΤΙΟ	174.321	174.321	33.858.261
ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ	0	0	0
ΠΟΣΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΕΝΑ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0	0	0
ΛΟΙΠΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	32.353.341	183.509.260	47.166.045
ΑΔΙΑΝΕΜΗΤΑ ΚΕΡΔΗ	18.328.724	9.458.574	14.894.159
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	17.068.412	76.077.159	318.151.387
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	16.363.818	75.185.634	316.647.178
ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	0	11.214.093	144.634.101
ΔΑΝΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	9.827.440	0	0
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ	0	11.806	40.459
ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ	6.536.378	3.657.198	3.431.564
ΛΟΙΠΕΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ	0	60.302.537	168.541.054
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	704.594	891.525	1.504.209
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	23.194.497	11.937.709	17.335.228
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ/ΔΟΣΕΙΣ Μ.Δ.	4.905.386	5.232.827	5.097.446
ΤΡΑΠΕΖΕΣ Λ/ΣΜΟΙ ΒΡΑΧ/ΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡ.	19.583	2.163	24.322
ΜΑΚΡ/ΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡ. ΠΛΗΡΩΤΕΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΜ.ΧΡΗΣΗ	4.885.803	0	0
ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ - ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΑ	0	5.230.664	5.073.124
ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ ΠΡΟΜΗΘ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	2.015.400	1.824.634	3.033.851
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡ/ΚΕΡΔ.ΠΡΟΣ ΔΙΑΝ.	0	0	0
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	0	185.277	2.699.235
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	16.273.711	4.694.971	6.504.696
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	119.978.154	298.714.882	439.367.296

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 :

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	ΡΟΜΕΓΡΑΝΑΤΕ	2014	2015	2016
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ		23.589.548	39.887.487	43.277.443
ΓΗΠΕΔΑ/ΟΙΚΟΠΕΔΑ		2.548.111	6.491.530	6.491.530
ΚΤΙΡΙΑ/ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ		22.584.209	36.808.823	42.208.169
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ		6.254.448	6.472.195	7.044.461
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤ./ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.		691.444	691.444	701.106
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒ.		8.497.468	10.585.309	13.176.627
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ		6.853.942	8.332.180	10.260.518
ΑΠΟΣΒ.ΜΗΧΑΝΟΛΟΓ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ		1.286.887	1.854.994	2.473.192
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.		356.640	398.135	442.917
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		8.804	8.804	8.804
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ		0	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ		312.729	344.723	353.169
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ/ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ		184.843	159.985	160.967
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ		0	0	0
ΥΛΕΣ/ΥΛΙΚΑ		127.886	184.737	192.202
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		5.030.512	8.066.778	5.175.426
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ/ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚ		1.752.060	6.810.321	5.030.793
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ		0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		3.278.452	1.256.457	144.633
ΤΑΜΕΙΟ – ΤΡΑΠΕΖΕΣ		99.764	1.416.645	1.491.176
ΤΑΜΕΙΟ		43.914	1.058.536	1.205.807
ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ		55.849	358.109	285.368
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		5.443.005	9.828.146	7.019.771
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		29.032.553	49.715.633	50.297.215

Η ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	2014	2015	2016
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	27.114.165	37.264.972	39.035.445
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	27.279.960	36.099.960	36.099.960
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	25.802	80.706	536.592
ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΠΟ ΕΚΔΟΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟ ΑΡΤΙΟ	0	0	0
ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ	0	0	0
ΠΟΣΑ ΠΡΟΟΡΙΣΜΕΝΑ ΓΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0	0	0
ΛΟΙΠΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	25.801	80.705	536.591
ΑΔΙΑΝΕΜΗΤΑ ΚΕΡΔΗ	-191.597	1.084.307	2.398.893
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	804.000
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	0	804.000
ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	0	0	0
ΔΑΝΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	0	0	0
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ	0	0	0
ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ	0	0	804.000
ΛΟΙΠΕΣ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ	0	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.918.388	12.450.661	10.457.770
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ/ΔΟΣΕΙΣ Μ.Δ.	0	0	1.547.084
ΤΡΑΠΕΖΕΣ Λ/ΣΜΟΙ ΒΡΑΧ/ΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡ.	0	0	1.547.084
ΜΑΚΡ/ΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡ. ΠΛΗΡΩΤΕΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΜ.ΧΡΗΣΗ	0	0	0
ΟΜΟΛΟΓΙΑΚΑ ΔΑΝΕΙΑ - ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΑ	0	0	0
ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ ΠΡΟΜΗΘ ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.180.240	10.643.876	7.594.010
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡ/ΚΕΡΔ.ΠΡΟΣ ΔΙΑΝ.	0	0	0
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	0	0	0
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	738.148	1.806.784	1.316.675
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	29.032.553	49.715.633	50.297.215

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 :

ΚΑΘΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ "SANI BEACH"		
2014	2015	2016
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
69,92	94,01	93,17
0,00	54,76	37,87
52,24	48,71	38,24
1,23	1,89	1,33
0,00	0,00	25,97
0,00	12,63	10,34
0,00	11,29	8,59
0,00	1,34	0,98
0,00	0,00	0,78
0,03	0,01	0,04
16,42	1,26	0,06
1,70	0,53	0,42
0,33	0,07	0,05
0,00	0,00	0,00
1,37	0,46	0,37
4,74	2,79	4,09
1,08	0,32	0,16
0,00	0,00	0,00
3,66	2,48	3,93
23,64	2,67	2,32
0,00	0,38	0,02
0,00	2,29	2,30
30,08	5,99	6,83
100,00	100,00	100,00

ΚΑΘΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ "SANI BEACH"		
2014	2015	2016
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
66,44	70,54	23,64
24,05	5,88	1,81
27,11	61,49	18,44
0,15	0,06	7,71
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
26,97	61,43	10,73
15,28	3,17	3,39
14,23	25,47	72,41
13,64	25,17	72,07
0,00	3,75	32,92
8,19	0,00	0,00
0,00	0,00	0,01
5,45	1,22	0,78
0,00	20,19	38,36
0,59	0,30	0,34
19,33	4,00	3,95
4,09	1,75	1,16
0,02	0,00	0,01
4,07	0,00	0,00
0,00	1,75	1,15
1,68	0,61	0,69
0,00	0,00	0,00
0,00	0,06	0,61
13,56	1,57	1,48
100,00	100,00	100,00

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 :

ΚΑΘΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ "ΡΟΜΕΓΡΑΝΑΤΕ"		
2014	2015	2016
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
81,25	80,23	86,04
8,78	13,06	12,91
77,79	74,04	83,92
21,54	13,02	14,01
2,38	1,39	1,39
29,27	21,29	26,20
23,61	16,76	20,40
4,43	3,73	4,92
1,23	0,80	0,88
0,03	0,02	0,02
0,00	0,00	0,00
1,08	0,69	0,70
0,64	0,32	0,32
0,00	0,00	0,00
0,44	0,37	0,38
17,33	16,23	10,29
6,03	13,70	10,00
0,00	0,00	0,00
11,29	2,53	0,29
0,34	2,85	2,96
0,15	2,13	2,40
0,19	0,72	0,57
18,75	19,77	13,96
100,00	100,00	100,00

ΚΑΘΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ "ΡΟΜΕΓΡΑΝΑΤΕ"		
2014	2015	2016
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
93,39	74,96	77,61
93,96	72,61	71,77
0,09	0,16	1,07
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
0,09	0,16	1,07
-0,66	2,18	4,77
0,00	0,00	1,60
0,00	0,00	1,60
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	1,60
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
6,61	25,04	20,79
0,00	0,00	3,08
0,00	0,00	3,08
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
4,07	21,41	15,10
0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00
2,54	3,63	2,62
100,00	100,00	100,00

ΠΙΝΑΚΑΣ 5 :

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ "SANI BEACH"		
2016	2015	2014
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
487,99%	334,78%	100%
0,00%	0,00%	100%
268,07%	232,16%	100%
396,45%	383,57%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
509,85%	105,90%	100%
1,28%	19,14%	100%
90,18%	77,35%	100%
57,59%	52,20%	100%
0,00%	0,00%	100%
97,94%	83,34%	100%
316,10%	146,57%	100%
55,79%	72,92%	100%
0,00%	0,00%	100%
392,63%	168,22%	100%
35,97%	28,12%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
83,19%	49,57%	100%
366,21%	248,97%	100%

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ "SANI BEACH"		
2016	2015	2014
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
130,31%	264,32%	100%
27,59%	60,84%	100%
249,09%	564,70%	100%
19422,94%	100,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
145,78%	567,20%	100%
81,26%	51,61%	100%
1863,98%	445,72%	100%
1935,04%	459,46%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
52,50%	55,95%	100%
0,00%	0,00%	100%
213,49%	126,53%	100%
74,74%	51,47%	100%
103,92%	106,68%	100%
124,20%	11,05%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
150,53%	90,53%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
39,97%	28,85%	100%
366,21%	248,97%	100%

ΠΙΝΑΚΑΣ 6 :

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ "POMEGRANATE"		
2016	2015	2014
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
183,46%	169,09%	100%
254,76%	254,76%	100%
186,89%	162,98%	100%
112,63%	103,48%	100%
101,40%	100,00%	100%
155,07%	124,57%	100%
149,70%	121,57%	100%
192,18%	144,15%	100%
124,19%	111,63%	100%
100,00%	100,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
112,93%	110,23%	100%
87,08%	86,55%	100%
0,00%	0,00%	100%
150,29%	144,45%	100%
102,88%	160,36%	100%
287,14%	388,70%	100%
0,00%	0,00%	100%
4,41%	38,32%	100%
1494,70%	1420,00%	100%
2745,84%	2410,48%	100%
510,96%	641,21%	100%
128,97%	180,56%	100%
173,24%	171,24%	100%

ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ "POMEGRANATE"		
2016	2015	2014
ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΠΟΣΟΣΤΟ %
143,97%	137,44%	100%
132,33%	132,33%	100%
2079,65%	312,79%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
2079,73%	312,80%	100%
-1252,05%	-565,93%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
545,13%	649,02%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
643,43%	901,84%	100%
0,00%	0,00%	100%
0,00%	0,00%	100%
178,38%	244,77%	100%
173,24%	171,24%	100%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

ΠΙΝΑΚΑΣ 7 :

ΣΑΝΗ Α.Ε			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ			
	2014	2015	2016
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	0	0	0
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	59.560.627	59.815.652	65.541.101
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	39.377.424	39.329.174	45.141.441
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	20.183.203	20.486.478	20.399.660
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ/ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	24.767.331	2.425.952	3.246.919
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	387.517	556.802	6.898.098
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	14.925.223	17.902.236	6.724.680
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	29.637.794	4.453.392	10.023.801
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0	0
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	4.413.221	3.618.880	7.760.970
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	4.413.221	3.618.880	7.760.970
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	29.637.794	4.453.392	10.023.801
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-8.865.615	-7.522.504	-3.713.061
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΕΒΙΤΔΑ	20.772.179	-3.069.112	6.310.740
ΕΒΙΤΔΑ	34.111.470	8.553.883	24.676.486

ΠΙΝΑΚΑΣ 8 :

ΠΟΡΤΕΣ ΜΕΛΑΘΡΟΝ Α.Ε.			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ			
	2014	2015	2016
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	0	0	0
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	6.101.164	12.011.966	13.087.001
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	5.067.058	7.396.908	7.963.254
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.034.105	4.615.058	5.123.747
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ/ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	74.513	133.679	133.771
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	30.389	35.996	128.381
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.567.834	2.676.541	2.991.508
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	-489.604	2.036.200	2.137.629
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0	0
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ.ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤ.ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1.452.203	2.092.841	2.592.548
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	1.452.203	2.092.841	2.592.548
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-489.604	2.036.200	2.137.629
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	-705.392	-367.156
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	-489.604	1.330.807	1.770.472
ΕΒΙΤΔΑ	992.988	4.165.037	4.858.558

