



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Διπλωματική Εργασία

**ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ
ΤΩΝ ΠΟΛΥΤΕΛΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ
ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ**

του

ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΠΕΤΡΟΥ ΜΠΟΥΘΑ

Επιβλέπων Καθηγητής: ΣΟΥΜΠΕΝΙΩΤΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού
Διπλώματος ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων
με εξειδίκευση στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών

Σεπτέμβριος 2020

Ευχαριστίες

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια ολοκλήρωσης του Μεταπτυχιακού προγράμματος στο <<Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών>> του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να απευθύνω θερμές ευχαριστίες στον επιβλέπων καθηγητή μου κύριο Σουμπενιώτη Δημήτριο για την πολύτιμη καθοδήγηση του και την άμεση βοήθεια του για την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την διαχρονική ηθική και οικονομική στήριξη που μου παρείχαν κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών μου.

Μπούθας Στέργιος

Περίληψη

Στην παρακάτω εργασία εξετάστηκε η χρηματοοικονομική κατάσταση των μεγάλων, πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων του Νομού Χαλκιδικής «ΣΑΝΗ ΑΕ», «ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ ΑΕ» και «POMEGRANATE ΑΕ» για την χρονική περίοδο 2015 – 2018. Πιο συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκαν 20 αριθμοδείκτες από τις 4 διαφορετικές κατηγορίες χρηματοοικονομικής ανάλυσης (ρευστότητας, δραστηριότητας, αποδοτικότητας και διάρθρωσης κεφαλαίου & βιωσιμότητας) και διαπιστώθηκε το χρηματοοικονομικό προφίλ, οι οικονομικές πολιτικές και ο τρόπος λειτουργίας των ξενοδοχειακών αυτών μονάδων. Η μελέτη καταλήγει στο ότι η ξενοδοχειακή μονάδα «ΣΑΝΗ ΑΕ» παρουσιάζει ικανοποιητική ρευστότητα και αύξηση στον κύκλο εργασιών της κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Η ξενοδοχειακή μονάδα «ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ» αντιμετωπίζει προβλήματα ρευστότητας και εμφανίζει σημαντικές ζημιές κατά τη διάρκεια της περιόδου. Ενώ, από την ανάλυση προέκυψε πως για τη ξενοδοχειακή μονάδα «POMEGRANATE ΑΕ» παρουσίασε υψηλά επίπεδα αποδοτικότητας και ρευστότητας για την ίδια περίοδο. Επιπρόσθετα, στην παρακάτω εργασία γίνεται αναφορά σε γενικά στοιχεία του τουρισμού όπως και εκτενής αναφορά σε στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα αλλά και στον Νομό Χαλκιδικής. Τέλος, στην μελέτη αναλύεται ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ποια είναι η αγορά αυτών στην Ελλάδα και ειδικότερα στον Νομό Χαλκιδικής όπως και ποιες είναι οι θετικές επιρροές που δέχονται οι ξενοδοχειακές αυτές επιχειρήσεις από το φαινόμενο του τουρισμού.

Abstract

In the following thesis we examine the financial status of the large and luxury hotel units “SANI S.A”, “PORTO KARRAS S.A” and “POMEGRANATE S.A” at the county of Chalkidiki, during the time period 2015 – 2018. More specifically, were used 20 financial ratios of 4 different categories of financial analysis (liquidity, working capital, profitability and capital structure & sustainability) and we found out the financial profile, the economic policies and the operation way of these hotel units. Our study concludes that the hotel unit “SANI S.A” presents satisfying liquidity and sales increase during the examined period. The hotel unit “PORTO KARRAS S.A” has liquidity problems and significant losses during the examined period. While, from this analysis came of that the hotel unit “POMEGRANATE S.A” presented high profitability and liquidity levels for the same period. In addition, reference is made in general elements of tourism such as an extensive reference is made in elements of Greek and Chalkidiki’s tourism. Eventually, in this thesis is analyzed the hotel industry. Moreover, it is examined which is the market of these hotel companies in Greece and particularly in the county of Chalkidiki such as which is the positive influence that they receive by tourism phenomenon.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	ii
Περίληψη.....	iii
Abstract.....	iv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ.....	1
1.1 Αντικειμενικός Σκοπός.....	1
1.2 Μεθοδολογία.....	1
1.3 Θεωρητικό Μέρος.....	1
1.4 Πρακτικό Μέρος.....	2
1.5 Συμπεράσματα.....	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΙΔΗ & ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	3
2.1 Ο Τουρισμός και οι διακρίσεις του.....	3
2.1.1 Εναλλακτικές Τουριστικές Δραστηριότητες.....	5
2.2 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	6
2.2.1 Τουρισμός Υπαίθρου.....	7
2.2.2 Τουρισμός Υγείας.....	8
2.2.3 Επαγγελματικός Τουρισμός.....	9
2.2.4 Τουρισμός και Αθλητισμός.....	10
2.2.4.1 Αθλητικός Τουρισμός Ανάπαυσης ή Αναψυχής.....	10
2.2.4.2 Αθλητικός Τουρισμός Επιδόσεων ή Άμιλλας.....	11
2.2.5 Κοινωνικός Τουρισμός.....	11
2.2.6 Τουρισμός και Νερό.....	12
2.3 Τουρισμός και Εποχικότητα.....	13
2.4 Τουρισμός και Περιβάλλον.....	13
2.5 Τουρισμός και Πολιτισμός.....	14
2.6 Αγροτική Ανάπτυξη και Τουρισμός.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	18
3.1 Η Σημαντικότητα του Τουρισμού για μια Χώρα.....	18

3.2 Ο Παγκόσμιος Τουρισμός τις Προηγούμενες Δεκαετίες.....	19
3.3 Ο Παγκόσμιος Τουρισμός Σήμερα.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	23
4.1 Οι Τουριστικές Επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	23
4.2 Η Τουριστική Δαπάνη.....	25
4.3 Οι Μορφές Επίδρασης του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία.....	26
4.4 Ο Τουρισμός και η Επίδραση του στην Εγχώρια Οικονομία και Απασχόληση.....	27
4.4.1 Ο Τουρισμός και η Επίδραση του στα Φορολογικά Έσοδα.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ & ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ.....	32
5.1 Η Σημαντικότητα των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων.....	32
5.2 Οι Κατηγορίες των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	35
6.1 Η Τουριστική Ζήτηση.....	35
6.1.1 Η Τουριστική Ξενοδοχειακή Ζήτηση στην Ελλάδα.....	36
6.2 Αφίξεις Τουριστών στις Ξενοδοχειακές Κλίνες.....	36
6.2.1 Αφίξεις των Κυριότερων Αγορών Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα.....	38
6.2.2 Εξάρτηση & Διείδυση ως προς τις Αφίξεις.....	40
6.3 Διανυκτερεύσεις στις Τουριστικές Μονάδες.....	41
6.3.1 Διανυκτερεύσεις των Κυριότερων Αγορών Αλλοδαπών Τουριστών στην Ελλάδα.....	43
6.3.2 Εξάρτηση & Διείδυση ως προς τις Διανυκτερεύσεις.....	45
6.4 Η Προσφορά των Ξενοδοχειακών Υπηρεσιών.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΓΟΡΑ & ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	48
7.1 Η Εγχώρια Αγορά των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων.....	48

7.2 Μερίδια Αγοράς των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων επί της Συνολικής Αξίας της Αγοράς.....	49
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ.....51

8.1 Ο Νομός Χαλκιδικής.....	51
8.2 Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.....	52
8.2.1 Αφίξεις στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.....	54
8.2.2 Διανυκτερεύσεις στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.....	56
8.2.3 Η Πληρότητα των Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.....	57
8.3 Το Ξενοδοχείο Sani Resort.....	59
8.3.1 Sani Asterias.....	59
8.3.2 Sani Club.....	60
8.3.3 Porto Sani.....	60
8.3.4 Sani Dunes.....	60
8.3.5 Sani Beach.....	61
8.4 Το Ξενοδοχείο Pomegranate Wellness Spa.....	61
8.5 Το Ξενοδοχείο Porto Karras.....	62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ & ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ.....63

9.1 Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις.....	63
9.1.1 Ορισμός των Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων.....	65
9.2 Αριθμοδείκτες-Γενικά.....	67
9.2.1 Βασικά Σημεία για τη Χρήση και Ερμηνεία Αριθμοδεικτών.....	68
9.3 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας.....	69
9.3.1 Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας ή κεφαλαίων κινήσεως.....	70
9.3.2 Αριθμοδείκτης ειδικής (άμεσης) Ρευστότητας.....	71

9.3.3	Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας.....	72
9.4	Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας.....	72
9.4.1	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εισπράξεως Απαιτήσεων.....	73
9.4.2	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εξόφλησης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων.....	73
9.4.3	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	74
9.4.4	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων.....	75
9.4.5	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων.....	75
9.4.6	Αριθμοδείκτης Ταχύτητας κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως.....	75
9.5	Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	76
9.5.1	Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους.....	76
9.5.2	Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους.....	77
9.5.3	Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων.....	78
9.5.4	Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικών Κεφαλαίων.....	78
9.5.5	Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού.....	78
9.6	Αριθμοδείκτες Διάρθρωσης Κεφαλαίων & Βιωσιμότητας.....	79
9.6.1	Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια.....	80
9.6.2	Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια.....	81
9.6.3	Αριθμοδείκτης Καλύψεως Τόκων.....	81
9.6.4	Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Πάγια.....	82

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ.....	83	
10.1	Αριθμοδείκτες Ρευστότητας των Ξενοδοχείων.....	83
10.1.1	Γενική Ρευστότητα.....	83
10.1.2	Άμεση Ρευστότητα.....	84
10.1.3	Ταμειακή Ρευστότητα.....	85
10.2	Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας των Ξενοδοχείων.....	85
10.2.1	Ταχύτητα εισπράξεων Απαιτήσεων.....	85

10.2.2 Ταχύτητα Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων.....	86
10.2.3 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Αποθεμάτων.....	87
10.2.4 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως.....	87
10.2.5 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	88
10.3 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας των Ξενοδοχείων.....	89
10.3.1 Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους.....	89
10.3.2 Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους.....	90
10.3.3 Αποδοτικότητα Συνολικών Κεφαλαίων.....	91
10.3.4 Αποδοτικότητα Ενεργητικού.....	92
10.3.5 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων.....	93
10.3.6 Οικονομική Μόγλευση.....	94
10.4 Αριθμοδείκτες Διάρθρωσης Κεφαλαίων & Βιωσιμότητας των Ξενοδοχείων.....	95
10.4.1 Ιδία Κεφάλαια προς Συνολικά Κεφάλαια.....	96
10.4.2 Ιδία Κεφάλαια προς Δανειακά Κεφάλαια.....	96
10.4.3 Ιδία Κεφάλαια προς Πάγια.....	97
10.4.4 Κυκλοφορούν Ενεργητικό προς Συνολικές Υποχρεώσεις.....	98
10.4.5 Πάγιο Ενεργητικό προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις.....	100
10.4.6 Κάλυψη Τόκων.....	100
Συμπεράσματα.....	102
Βιβλιογραφία.....	105
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	105
Διεθνής Βιβλιογραφία.....	106
Ιστοσελίδες.....	107
Παράρτημα.....	108
Οικονομικές Καταστάσεις.....	108

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Αφίξεις & Έσοδα ανά Προορισμό.....	21
Πίνακας 2 Οι 5 Πρώτες Χώρες σε Αφίξεις.....	22
Πίνακας 3 Οι 5 Πρώτες Χώρες σε Εισπράξεις.....	22
Πίνακας 4 Κατανομή των Εσόδων – Πολλαπλασιαστής Τουριστικής Δραστηριότητας.....	28
Πίνακας 5 Εξέλιξη Απασχόλησης για τα έτη 2016 – 2017.....	30
Πίνακας 6 Εισερχόμενος Τουρισμός 2017.....	37
Πίνακας 7 Δείκτης Αφίξεων ανά Ξενοδοχειακή Κλίνη 1960-2000.....	38
Πίνακας 8 Διανυκτερεύσεις & Πληρότητα Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων 2002-2016.....	42
Πίνακας 9 Εξέλιξη του Ξενοδοχειακού Δυναμικού της Ελλάδας 2002-2016.....	46
Πίνακας 10 Γεωγραφική Κατανομή του Ξενοδοχειακού Δυναμικού Ελλάδας 2016.....	47
Πίνακας 11 Μέγεθος Αγοράς των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων L, A, B, 1998-2016.....	49
Πίνακας 12 Μέρηδια αγοράς των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων βάσει του Κύκλου Εργασιών.....	50
Πίνακας 13 Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2018.....	54
Πίνακας 14: Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά περιφέρεια 2013-2018.....	55
Πίνακας 15: Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018.....	55
Πίνακας 16: Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια 2013-2018.....	56
Πίνακας 17: Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018.....	57
Πίνακας 18: Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Ελλάδας ανά Περιφέρεια 2013-2018.....	58
Πίνακας 19: Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018.....	58

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1 Παγκόσμιος Τουρισμός - Αφίξεις ανά Περιοχή.....	20
Διάγραμμα 2 Μερίδια αφίξεων της Ελλάδας για τις 7 κύριες αγορές της που επέλεξαν προορισμούς στη Ν.Ευρώπη.....	40
Διάγραμμα 3 Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2010-2016.....	42
Διάγραμμα 4 Μερίδια διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία για τις 7 κύριες αγορές της Ελλάδας που επέλεξαν προορισμούς στη Ν. Ευρώπη.....	44
Διάγραμμα 5 Περιφέρεια κεντρικής Μακεδονίας κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων - δωματίων - κλινών βάσει την κατηγορία αστέρων.....	53
Διάγραμμα 6 Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας.....	83
Διάγραμμα 7 Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας.....	84
Διάγραμμα 8 Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας.....	85
Διάγραμμα 9 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εισπράξεων Απαιτήσεων.....	86
Διάγραμμα 10 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων.....	86
Διάγραμμα 11 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων.....	87
Διάγραμμα 12 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως.....	88
Διάγραμμα 13 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού.....	89
Διάγραμμα 14 Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους.....	90
Διάγραμμα 15 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους.....	91
Διάγραμμα 16 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικών Κεφαλαίων.....	92
Διάγραμμα 17 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού.....	93
Διάγραμμα 18 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων.....	94
Διάγραμμα 19 Αριθμοδείκτης Οικονομικής Μόχλευσης.....	95
Διάγραμμα 20 Ιδία προς Συνολικά Κεφάλαια.....	96
Διάγραμμα 21 Ιδία προς Δανειακά Κεφάλαια.....	97
Διάγραμμα 22 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Πάγια.....	98
Διάγραμμα 23 Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις.....	99
Διάγραμμα 24 Πάγια προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις.....	100
Διάγραμμα 25 Αριθμοδείκτης Καλύψεως Τόκων.....	101

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

1.1 Αντικειμενικός Σκοπός

Η χρηματοοικονομική μελέτη και ανάλυση αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την εξαγωγή συμπερασμάτων αναφορικά με την οικονομική θέση μιας επιχείρησης, τον προσδιορισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων της και τη βοήθεια στη διοίκηση όσον αφορά τη λήψη αποφάσεων. Σύμφωνα με τα προεκτεθέντα, αντικειμενικός σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η αποτύπωση της οικονομικής θέσης των μεγαλύτερων ξενοδοχειακών μονάδων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Χαλκιδικής.

1.2 Μεθοδολογία

Η μέθοδος που εφαρμόστηκε είναι η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων των μελετώμενων επιχειρήσεων, δηλαδή του ισολογισμού, των αποτελεσμάτων χρήσεως και του πίνακα διαθέσεως αποτελεσμάτων, με τη χρήση αριθμοδεικτών και η συμπεριφορά των δεικτών διαχρονικά για την επιμέρους επιχείρηση, καθώς και η σύγκρισή τους με τους αντίστοιχους δείκτες των υπό εξέταση επιχειρήσεων χρονολογικά. Το χρονικό διάστημα της παρούσας διπλωματικής εργασίας αφορά τα έτη 2015-2018 καθώς για εκείνο το χρονικό διάστημα υπήρξαν πλήρεις οικονομικές καταστάσεις και δεδομένα και για τις τρεις εξεταζόμενες ξενοδοχειακές εταιρείες.

1.3 Θεωρητικό Μέρος

Στο πρώτο μέρος της παρούσας μελέτης θα παρουσιαστούν διάφοροι τουριστικοί δείκτες που αφορούν τη χώρα αλλά και ειδικότερα την περιοχή της Χαλκιδικής όπως η ζήτηση και η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών, οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις των τουριστών.

Στη συνέχεια θα επιχειρηθεί η παρουσίαση των ξενοδοχειακών μονάδων της Χαλκιδικής, ο διαχωρισμός τους καθώς και το μερίδιο αγοράς τους.

Τέλος, θα γίνει η θεωρητική παρουσίαση των αριθμοδεικτών καθώς και η χρησιμότητά τους στη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων

1.4 Πρακτικό μέρος

Στο πρακτικό μέρος θα παρουσιαστούν τα οικονομικά δεδομένα των υπό εξέταση ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και οι αριθμοδείκτες που προκύπτουν από τα οικονομικά τους στοιχεία.

Στη συνέχεια θα επιχειρηθεί η σύγκριση των δεικτών αυτών διαχρονικά αλλά και διαστρωματικά. Οι κατηγορίες αριθμοδεικτών που θα χρησιμοποιηθούν είναι οι εξής:

Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

Αριθμοδείκτες δραστηριότητας

Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

Αριθμοδείκτες διαρθρώσεως κεφαλαίων και βιωσιμότητας

1.5 Συμπεράσματα

Στο τελευταίο μέρος της παρούσας μελέτης θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΙΔΗ & ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Ο Τουρισμός και οι διακρίσεις του

Τουρισμός είναι οι δραστηριότητες των ατόμων που μετακινούνται και διαμένουν σε μέρη εκτός του καθημερινού τους περιβάλλοντος για λιγότερο από ένα έτος για αναψυχή, επιχειρήσεις ή άλλους λόγους.(Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 1997)

Σύμφωνα με τον Λαλούμη (2015) ο τουρισμός χωρίζεται σε :

1. Διάκριση του τουρισμού βάσει του αριθμού των ατόμων που πραγματοποιούν το ταξίδι όπου έχουμε:

- Ατομικό τουρισμό
- Μίκροομαδικό τουρισμό: Αφορά μια οικογένεια ή ανθρώπους που γνωρίζονται μεταξύ τους και έχουν μια οποιαδήποτε προσωπική σχέση.
- Ομαδικό τουρισμό: Αφορά γκρουπ συνήθως άνω των δεκαπέντε ατόμων που ταξιδεύουν σε ένα μέρος μαζί αλλά δεν έχουν κάποιας μορφής προσωπική σχέση μεταξύ τους.

2. Διάκριση του τουρισμού βάσει του σκοπού πραγματοποίησης του ταξιδιού, όπου έχουμε:

- Τουρισμό αναψυχής και ψυχαγωγίας.
- Θεραπευτικό τουρισμό: Καλύπτονται οι ανάγκες των ανθρώπων που αφορούν την υγεία τους και συνήθως πραγματοποιείται σε χώρες που είναι σε θέση να προσφέρουν θεραπευτικές υπηρεσίες.
- Πολιτιστικό τουρισμό: Αφορά τις μετακινήσεις των ανθρώπων με σκοπό κυρίως την εκμάθηση καινούργιων γνώσεων και πληροφοριών για μια χώρα και ένα πολιτισμό, ταυτόχρονα όμως ικανοποιούνται και οι ψυχαγωγικές τους ανάγκες.
- Αθλητικό τουρισμό: αφορά μετακινήσεις των ανθρώπων για την πραγματοποίηση των αθλητικών τους συνηθειών και δραστηριοτήτων

εξερευνώντας καινούργια μέρη και προορισμούς εντός ή εκτός της χώρας τους.

- Επαγγελματικό Τουρισμό: Οι άνθρωποι μετακινούνται σε μέρη εσωτερικού ή εξωτερικού για επαγγελματικούς λόγους όπως συνέδρια και διασκέψεις, εμπορικές εκθέσεις είτε επαγγελματικά ραντεβού πολυεθνικών εταιρειών.

3. Διάκριση του τουρισμού σύμφωνα με τη γεωγραφική τοποθεσία του ταξιδιού έχουμε:

- Εσωτερικό τουρισμό όπου οι μετακινήσεις των ατόμων πραγματοποιούνται εντός των γεωγραφικών συνόρων της χώρας τους.
- Εξωτερικό τουρισμό όπου οι ταξιδιώτες μετακινούνται σε κοντινά μέρη εκτός των γεωγραφικών συνόρων της χώρας τους
- Διεθνή τουρισμό όπου αφορά ταξίδια εκτός των συνόρων της χώρας σε διάφορες μακρινές χώρες και περιοχές.

4. Διάκριση σύμφωνα με τα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποιούνται για την πραγματοποίηση του ταξιδιού:

- Αεροπορικός τουρισμός
- Τουρισμός μέσω θαλάσσης

5. Διάκριση με βάση την ηλικία έχουμε:

- Τουρισμό νέων
- Τουρισμό παιδιών
- Τουρισμό ενηλίκων
- Τουρισμό υπερηλίκων

6. Διάκριση βάσει κόστους ταξιδιού:

- Τουρισμός πολυτελείας
- Τουρισμός των ατόμων της μεσαίας τάξης
- Τουρισμός οικονομικός

7. Τουρισμός εποχικός όπου διακρίνεται σε:

- Καλοκαιρινός τουρισμός

- Χειμερινός τουρισμός

8. Τουρισμός βάσει της οικογενειακής κατάστασης των ταξιδιωτών όπου έχουμε:

- Τουρισμός ατομικός
- Τουρισμός οικογενειακός
- Τουρισμός ζευγαριών

9. Διάκριση ανάλογα με τον τρόπο χρηματοδότησης του ταξιδιού όπου στην περίπτωση αυτή το κόστος του ταξιδιού μπορεί να καλυφθεί από τον ιδιώτη, την πολιτεία ή την επιχείρηση και προκύπτει αντίστοιχα:

- Ιδιωτικός τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων

2.1.1 Εναλλακτικές Τουριστικές Δραστηριότητες

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού συνήθως αναφέρονται ως «ειδικές» ή ως «ήπιες» μορφές τουρισμού. Οι όροι αυτοί χρησιμοποιήθηκαν το 1970 για να περιγράψουν τις νέες τότε εναλλακτικές ή ήπιες μορφές τουρισμού που δημιουργήθηκαν για να αντιμετωπιστεί ο σκληρός μαζικός τουρισμός και οι δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του. Στη βιβλιογραφία προσδιορίζονται 90 περίπου μορφές τουρισμού συνολικά, κύριες (επικρατούσες σε ένα τόπο) και εναλλακτικές.

Ο τουρισμός υπήρχε από την αρχαιότητα, στα προ Χριστού χρόνια. Μετά το τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου όμως, το τουριστικό φαινόμενο σημείωσε ιδιαίτερη άνθηση. Μεταξύ του 1950-1980 τα τουριστικά μεγέθη εικοσαπλασιάστηκαν και εξελίχθηκε σε μια ανεξέλεγκτη βιομηχανία παίρνοντας το όνομα μαζικός τουρισμός. Το 1960 αναπτύσσεται στις ΗΠΑ ο αγροτουρισμός, ο ιαματικός και ο επαγγελματικός τουρισμός. Μετά το 1970 αναπτύσσονται ο περιπατητικός τουρισμός και επισημοποιείται από την ΕΕ μετά τη χάραξη και σήμανση 8 ευρωπαϊκών μονοπατιών (E1 – E8). Λίγο αργότερα καθιερώθηκαν ο τουρισμός παραχείμανσης

(αποφυγή χειμώνα, για ηλικιωμένους και συνταξιούχους), ο κοινωνικός τουρισμός και ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Μαζικοποίηση τουρισμού υπάρχει όχι όταν ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται αλλά όταν οι τουρίστες ανισοκατανέμονται στο χρόνο και στο τόπο, όπως π.χ. κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου στους παραλιακούς προορισμούς, αποστερώντας τους τόπους αυτούς από τους πόρους τους, συχνά οριστικά και μη αναστρέψιμα. Έτσι τη δεκαετία του 70' πολλές ομάδες ανθρώπων όπως οικολόγοι, ερευνητές τουρισμού και περιβαλλοντικές οργανώσεις προσπάθησαν να πάρουν προστατευτικά μέσα και αναζητήθηκαν πιο φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον καθώς και πιο ανθρωποκεντρικές μορφές τουρισμού που στο σύνολο τους συγκροτούν τον λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό.

2.2 Εναλλακτικός Τουρισμός

Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού συνοψίζεται στη διαφύλαξη του περιβάλλοντος και των πόρων του τουριστικού προορισμού, στην ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού και στη δυνατότητα των χωρών στις οποίες υπάρχουν οι τουριστικοί προορισμοί να παίρνουν αυτές τις αποφάσεις της τουριστικής ανάπτυξης, σύμφωνα με τις δικές τους τουριστικές πολιτικές και να μην ποδηγετούνται από τους μεγάλους τουριστικούς επιχειρηματίες (τουριστικούς πράκτορες, ξενοδόχους που συνήθως εξυπηρετούν πολυεθνικά ή ίδια οφέλη).

Η προσπάθεια περιορισμού του μαζικού τουρισμού και ενθάρρυνσης του εναλλακτικού ήπιου τουρισμού καταβάλλεται τόσο από τις ομάδες πληθυσμού που προαναφέρθηκαν όσο και από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, την ΕΕ, τους εθνικούς τουριστικούς φορείς, κλπ.

Καταγράφονται συνοπτικά οι ακόλουθες μορφές εναλλακτικού – ήπιου τουρισμού:

- Τουρισμός Υπαίθρου (αγροτικός τουρισμός)

- Τουρισμός Υγείας (θεραπευτικός τουρισμός, θερμαλισμός)
- Επαγγελματικός Τουρισμός (συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός εκθέσεων)
- Τουρισμός και Περιβάλλον (αειφόρος τουρισμός, οικοτουρισμός)
- Τουρισμός και Αθλητισμός (τουρισμός αθλημάτων υπαίθρου, περιπατητικός τουρισμός, ορειβατικός και χιονοδρομικός τουρισμός)
- Κοινωνικός Τουρισμός (τουρισμός για όλους, τουρισμός 3ης ηλικίας, τουρισμός νέων)
- Τουρισμός και Νερό (παράκτιος τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, παραλίμνιος τουρισμός, παραποτάμιος τουρισμός, τουρισμός υγροβιότοπων)
- Τουρισμός και Εποχικότητα (θερινός/χειμερινός τουρισμός, παραθεριστικός, τουρισμός παραχείμανσης, τουρισμός όλων των εποχών)
- Τουρισμός και Πολιτισμός
- Ελάχιστες Μορφές Τουρισμού (σακιδιούχων, γυμνιστών, κλπ)

2.2.1 Τουρισμός Υπαίθρου

Ο τουρισμός που έχει σαν τουριστικό προορισμό τις αγροτικές περιοχές. Πρωτοπαρουσιάστηκε το 1960 στις ΗΠΑ και είχε δύο παραλλαγές: (α) των τουριστών που έμεναν σε αγροκτήματα ή ράντζα και (β) των τουριστών που διέμεναν σε ξενοδοχεία και θέρετρα.

Η πρώτη παραλλαγή ήταν αυτή κατά την οποία οι τουρίστες είχαν κατάλυμα ένα αυθεντικό γεωργικό σπίτι (φάρμα ή ράντζο), ζούσαν με τους αγρότες, έτρωγαν τα ίδια φαγητά και συμμετείχαν στις γεωργικές δραστηριότητες. Αυτή η παραλλαγή ονομάστηκε γεωργικός τουρισμός.

Η δεύτερη παραλλαγή ήταν αυτή κατά την οποία οι τουρίστες έμεναν και έτρωγαν σε ξενοδοχεία ή τουριστικά καταλύματα, τα οποία βρίσκονταν μέσα ή κοντά σε αγροτική περιοχή και από τα οποία μετέβαιναν στους αγρούς όπου συμμετείχαν σε αγροτικές δραστηριότητες – όχι μόνο γεωργικές. Αυτή η παραλλαγή ονομάστηκε αγροτουρισμός.

Οι κυριότερες μορφές του Τουρισμού Υπαίθρου είναι οι ακόλουθες (Σφακιανάκης 2000):

- Αγροτουρισμός - αναπτύσσεται στις γεωργικές περιοχές.
- Γεωργικός Τουρισμός – αναπτύσσεται στις γεωργικές περιοχές.
- Φυσιογνωστικό Τουρισμός – αναπτύσσεται στις χαρακτηριζόμενες «φυσικές» περιοχές με σκοπό να αποκτήσουν γνώσεις για τη φύση οι τουρίστες.
- Τουρισμός Παρατήρησης Χλωρίδας και Πανίδας – αναπτύσσεται σε περιοχές που διαθέτουν άξια παρατήρησης χλωρίδα ή πανίδα (περάσματα πουλιών, οικοσυστήματα με ιδιαίτερη πανίδα, κλπ).
- Περιπατητικός Τουρισμός – αναπτύσσεται στα περιπατητικά μονοπάτια της υπαίθρου.
- Τουρισμός Αθλημάτων Υπαίθρου – ιππασία, ποδηλασία, κατάβαση ποταμών, κλπ.
- Περιηγητικός και Εκδρομικός Τουρισμός – όταν η περιήγηση ή η εκδρομή γίνεται στην ύπαιθρο.
- Τουρισμός Περιπέτειας στην Ύπαιθρο – τουρισμός προσανατολισμού, επιβίωσης, περιήγησης σε δύσκολα και δυσπρόσιτα μέρη, διάβασης φαραγγιών, δασών, ερήμων και τουρισμός άγριας ζωής.
- Μορφές πολιτιστικού τουρισμού, τουρισμού υγείας, εκπαιδευτικού και μορφωτικού τουρισμού, θρησκευτικού τουρισμού και τουρισμού χαλάρωσης – εφόσον οι αντίστοιχες σε κάθε μορφή δραστηριότητες αναπτύσσονται στην ύπαιθρο.
- Οικοτουρισμός.

2.2.2 Τουρισμός Υγείας

Τουρισμός Υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους και με φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία όπως προγράμματα υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης, κλπ.

Ο Τουρισμός Υγείας περιλαμβάνει τις ακόλουθες μορφές τουρισμού (Σφακιανάκης 2000):

- Θεραπευτικός Τουρισμός: Περιλαμβάνει προγράμματα θεραπείας με σύγχρονες μεθόδους της ιατρικής και με φυσικές μεθόδους θεραπείας της εναλλακτικής ιατρικής.
- Θερμαλισμός: Περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών και τη γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και τη χρήση των μεταλλικών νερών. Περιλαμβάνει ταξίδια σε τουριστικούς προορισμούς με ιαματικές πηγές.
- Τουρισμός Φυσικοθεραπείας: Περιλαμβάνει διάφορες μεθόδους θεραπείας όπως, υδροθεραπεία, κινησιοθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, κλπ.
- Τουρισμός Υγιεινής Διαβίωσης: Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής και φυσικής ζωής, το οποίο περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, ενεργητική άθληση, διαίτα, ωράριο παράλληλο με τους φυσικούς βιορυθμούς καθώς και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και καταστολής του άγχους.
- Τουρισμός Ομορφιάς: Περιλαμβάνει προγράμματα ομορφιάς όπως αισθητική, κομμωτική, αδυνατίσματος, σύσφιξης μυών, περιποίησης προσώπου, ενδυματολογίας και πλαστικής χειρουργικής (σε σύγχρονα τουριστικά Κέντρα Υγείας).

2.2.3 Επαγγελματικός Τουρισμός

Επαγγελματικά ταξίδια ονομάζονται τα ταξίδια που γίνονται για επαγγελματικούς λόγους. Αν ο σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε συνέδριο ή έκθεση, τότε αναπτύσσονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που ονομάζονται Συνεδριακός Τουρισμός και Τουρισμός Εκθέσεων. Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι μια από τις νεότερες μορφές τουρισμού. Εμφανίστηκε στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 και διαδόθηκε αμέσως μετά στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και στην Ιαπωνία. Σήμερα αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς με αυξητικές τάσεις (Σφακιανάκης 2000).

2.2.4 Τουρισμός και Αθλητισμός

Ο αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού, όπου οι τουρίστες κατά τη διάρκεια της τουριστικής δραστηριότητας, ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται. Αυτή η μορφή τουρισμού ονομάζεται Αθλητικός Τουρισμός Ανάπαυσης ή Αναψυχής. Όταν οι ασχολούμενοι με τον αθλητισμό (αθλητές, προπονητές, συνοδοί, θεατές, βοηθητικό προσωπικό) κατά τη διάρκεια των αγώνων έχουν τουριστικές δραστηριότητες τότε διαμορφώνεται ο λεγόμενος Αθλητικός Τουρισμός Επιδόσεων ή Άμιλλας.

2.2.4.1 Αθλητικός Τουρισμός Ανάπαυσης ή Αναψυχής

Η ειδική αυτή μορφή τουρισμού συνήθως συνυπάρχει με το μαζικό τουρισμό και με μερικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού και χαρακτηρίζεται από ψυχαγωγική αθλητική δραστηριότητα που εκδηλώνεται κατά τη διάρκεια των διακοπών.

Τα τελευταία χρόνια τα τουριστικά πακέτα του οργανωμένου τουρισμού περιλαμβάνουν και τουριστικές/αθλητικές δραστηριότητες για τους τουρίστες. Τα μεγάλα ξενοδοχεία και τα τουριστικά θέρετρα, διαθέτουν όλη την αθλητική υποδομή στήριξης αθλημάτων. Έτσι οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να ασχολούνται με διάφορα αθλήματα (ποδόσφαιρο, μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, κλπ) κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, δημιουργώντας έτσι τις ακόλουθες μορφές τουρισμού (Σφακιανάκης 2000):

- Μαζικός Τουρισμός. Τα αγωνίσματα του μαζικού τουρισμού θεωρούνται ελιτιστικά αγωνίσματα (ιππασία, τένις, γκολφ, κλπ).
- Περιπατητικός Τουρισμός. Το άθλημα της πεζοπορίας είναι προσιτό σε πολλούς τουρίστες και δεν χρειάζεται ειδικές γνώσεις ή ικανότητες.
- Ορεινός Τουρισμός. Απευθύνεται σε άτομα που ενδιαφέρονται στην ορειβασία.
- Χιονοδρομικός Τουρισμός.
- Τουρισμός Αθλημάτων Υπαίθρου. Περιλαμβάνει αθλήματα κατάβασης ποταμών, αεροπτερισμού, αλεξίπτωτου, κλπ.

- Το κυνήγι, η ιππασία και η ποδηλασία δεν είναι προσιτά σε όλους τους τουρίστες, γιατί απαιτούν αυξημένες σωματικές ικανότητες και συνεπάγονται μεγάλες οικονομικές δαπάνες.
- Παράκτιος Τουρισμός. Περιλαμβάνει αθλήματα όπως το θαλάσσιο σκι, η κολύμβηση, η κωπηλασία, η ιστιοπλοία, η ιστιοσανίδα, τα κανό, οι καταδύσεις, κλπ.
- Θαλάσσιος Τουρισμός. Περιλαμβάνει αθλήματα όπως οι καταδύσεις, οι αγώνες με γιοτ, οι αγώνες με ιστιοφόρα, κλπ.

2.2.4.2 Αθλητικός Τουρισμός Επιδόσεων ή Άμιλλας

Η ειδική αυτή μορφή τουρισμού είναι διαφορετική. Δεν είναι τουρίστες που κατά τη διάρκεια των διακοπών τους έχουν αθλητικές δραστηριότητες, είναι τουρίστες που το κύριο κίνητρο του ταξιδιού τους είναι η ικανοποίηση αθλητικών αναγκών. Σε αυτή την περίπτωση γίνεται για συμμετοχή ή παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων που λαμβάνουν χώρα σε τόπους διαφορετικούς εκείνων στους οποίους ζουν μόνιμα οι αθλητές, οι προπονητές, οι συνοδοί και οι οπαδοί που τους ακολουθούν.

Οι αγώνες που προσελκύουν το κοινό και παρακινούν τους οπαδούς των διαφόρων ομάδων να μετακινούνται είναι:

- Οι Ολυμπιακοί Αγώνες
- Οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες
- Οι Ηπειρωτικοί Αγώνες (Πανευρωπαϊκοί, Παναμερικανικοί, κλπ)
- Διεθνείς Αγώνες μεταξύ Εθνικών Ομάδων
- Αγώνες μεταξύ μεγάλων ομάδων

Το σημαντικότερο από τουριστικής πλευράς είναι ότι μερικοί από τους παραπάνω αγώνες συγκεντρώνουν εκατομμύρια τουρίστες. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες για παράδειγμα προσελκύουν εκατομμύρια τουρίστες, μετατρέποντας τον αθλητικό τουρισμό σε μαζικό τουρισμό με όλα τα σχετικά χαρακτηριστικά.

2.2.5 Κοινωνικός Τουρισμός

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS: Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την Πολιτεία για συμμετοχή στο τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο Σχέδιο Δράσης για ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό σαν τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατών μελών, της πρόσβασης στο τουρισμό ομάδων ατόμων που για διάφορους λόγους, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους ή λόγους υγείας έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές. Στα μέτρα που προτείνει είναι και τα μέτρα περιορισμού εμποδίων που συναντούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες στη πρόσβαση τους στο τουρισμό, εντάσσοντας το τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τουρισμό για όλους, στον κοινωνικό τουρισμό (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης και Λύτρας 1998). Οι κυριότεροι παράγοντες του κοινωνικού τουρισμού είναι (α) η Πολιτεία και οι λοιποί φορείς που «διευκολύνουν» (επιδοτούν) τον κοινωνικό τουρισμό και καθορίζουν το πλαίσιο ανάπτυξης του, (β) το ύψος της επιδότησης που καθορίζει το είδος και τη διάρκεια του κοινωνικού τουρισμού, και (γ) οι δικαιούχοι του κοινωνικού τουρισμού.

2.2.6 Τουρισμός και Νερό

Ο τουρισμός, σαν ανθρώπινη δραστηριότητα έχει άμεση και στενή επαφή με το νερό, το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο τμήμα του πλανήτη. Αυτό το γεγονός, διαμόρφωσε πολλές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σχετίζονται με το νερό. Αυτές οι μορφές είναι οι ακόλουθες:

- Ο παράκτιος τουρισμός.
- Ο θαλάσσιος τουρισμός.
- Ο παραλίμνιος και παραποτάμιος τουρισμός.
- Ο τουρισμός του αθλήματος κατάβασης ποταμών.
- Ο θερμαλισμός.
- Πολλές μορφές του τουρισμού υγείας (υδροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, κλπ).

- Ο χιονοδρομικός, ο παγοδρομικός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων που αναπτύσσονται πάνω στη στερεά μορφή του νερού.
- Ο τουρισμός των υδροβιότοπων όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός παρατήρησης πουλιών και χλωρίδας.

2.3 Τουρισμός και Εποχικότητα

Τουριστική εποχικότητα είναι η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του χρόνου. Λέγοντας εποχή του έτους κατά την οποία εκδηλώνεται η τουριστική δραστηριότητα, εννοείται πάντα η εποχή του έτους που επικρατεί στο τουριστικό προορισμό και όχι στο τόπο προέλευσης των τουριστών. Ωστόσο, πολλές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί λόγω εποχιακών παραγόντων και δραστηριοτήτων. Όπως για παράδειγμα ο χιονοδρομικός και ο παγοδρομικός τουρισμός το χειμώνα, ο παράκτιος και ο θαλάσσιος τουρισμός το καλοκαίρι, ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός την άνοιξη και το φθινόπωρο (κυρίως λόγω του ηπιότερου καιρού που επικρατεί).

2.4 Τουρισμός και Περιβάλλον

Η σημασία και η σπουδαιότητα του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα έχουν αναπτυχθεί επαρκώς στη τουριστική βιβλιογραφία. Είναι φανερό ότι ο τουρισμός έχει θετικές οικονομικές επιδράσεις και δημιουργεί μια πληθώρα ωφέλιμων επιδράσεων σε ορισμένους οικονομικούς δείκτες όπως είναι στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, στο εισόδημα, στην απασχόληση ενώ συμβάλλει στην ανάπτυξη των τουριστικών χωρών.

Δυστυχώς, η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη, που επέβαλε το τουριστικό boom μετά το 1950, σε πολλές περιπτώσεις ήταν τόσο άναρχη, αυθαίρετη και απρογραμματίστη που ο τουρισμός έγινε μέσο εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Μπροστά σε αυτή την εξέλιξη υπήρξε μια έντονη αντίδραση σε παγκόσμιο επίπεδο, μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και του προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το

Περιβάλλον και σε ευρωπαϊκό επίπεδο μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Σφακιαννάκης 2000). Οι κυριότερες εκφράσεις αυτής της αντίδρασης ήταν:

1. Ο επαναπροσδιορισμός της σχέσης περιβάλλοντος και τουρισμού.
2. Η λήψη μέτρων για μια τουριστική ανάπτυξη που θα είναι ορθολογική, προγραμματισμένη, ελεγχόμενη και αειφορική.
3. Η χάραξη πολιτικής με κέντρο τον άνθρωπο σαν παραγωγό και σαν καταναλωτή τουριστικών προϊόντων.
4. Η οικονομική και πληροφοριακή υποστήριξη και προώθηση των φιλικών προς το περιβάλλον εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
5. Η μελέτη, ο υπολογισμός και η γνωστοποίηση του τουριστικού κόστους (που συνήθως αποκρυβόταν) με μελέτες περιβαλλοντικών επιπτώσεων για κάθε τουριστική δόμηση.

2.5 Τουρισμός και Πολιτισμός

Πολιτισμός είναι η κατάσταση κατά την οποία ο άνθρωπος έχει αναπτύξει ηθική, κοινωνική, πνευματική, τεχνική, πολιτική και καλαισθητική ζωή, σε αντίθεση με τους απολίτιστους και άγριους ανθρώπους που έχουν πρωτόγονη ή άγρια ζωή. Σύμφωνα με το διεθνή όρο (Σφακιαννάκης 2000) που χρησιμοποιείται για τον προσδιορισμό της έννοιας πολιτισμός είναι όρος κουλτούρα που ορίζεται ως το σύνολο των προτύπων συμπεριφοράς και σκέψης των ανθρώπων που ζουν στις ανθρώπινες κοινωνίες, που προσδιορίζουν τα πιστεύω, τη συμπεριφορά, τη γλώσσα, τη τέχνη και τη τεχνολογία, τη θρησκεία, τα πολιτικά και οικονομικά συστήματα, το τρόπο έκφρασης, ένδυσης, διατροφής, κλπ.

Συνεπώς, ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που γίνεται για πολιτιστικούς λόγους. Δηλαδή, έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν την επαφή, γνωριμία, γνώση και απόλαυση του πολιτιστικού πολιτισμού των τουριστικών προορισμών και τις διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες.

Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει:

- Επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, πινακοθήκες, βιβλιοθήκες, παραδοσιακούς οικισμούς, μοναστήρια, αξιοθαύμαστες φυσικές περιοχές, κτίρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, κλπ.

- Παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, παραδοσιακών χορών και τραγουδιών, παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων και παραδοσιακών εθίμων, κλπ.
- Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως πανηγύρια, φεστιβάλ, κοινωνικές και πνευματικές δραστηριότητες, εκδρομές, μαθήματα που αναφέρονται στον πολιτισμό, χορούς, κλπ.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί παράλληλα με άλλες τουριστικές δραστηριότητες άλλων μορφών τουρισμού όπως αγροτουρισμό, τουρισμό υπαίθρου, περιπατητικό τουρισμό, κλπ. Σε αυτές τις μορφές τουρισμού κάποιος μπορεί να βρει στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς και πλούτου. Αυτά τα στοιχεία μπορεί να περιλαμβάνουν αγροτικούς οικισμούς, ιστορικά μνημεία, χαρακτηριστικά αρχιτεκτονήματα (κάστρα, γέφυρες, κλπ), μοναστήρια, τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, κλπ.

2.6 Αγροτική Ανάπτυξη και Τουρισμός

Η Ατζέντα 2000 αναγνωρίζει την ενδυνάμωση της πολιτικής αγροτικής ανάπτυξης της Επιτροπής, η οποία έχει τώρα καταρτιστεί ως ο «δεύτερος πυλώνας» της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής και στοχεύει στην προώθηση μελλοντικής ανάπτυξης της ευρωπαϊκής υπαίθρου, ιδιαίτερα καθώς προσαρμόζονται στις αλλαγές που επέρχονται στο γεωργικό τομέα. Κατά την περίοδο 2000-2006, η κοινοτική χρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) θα φτάσει τα €50.000 εκατομμύρια, ή ακόμα και τα €7.000 εκατομμύρια ετησίως (€4.700 εκατομμύρια από το Τμήμα Εγγυήσεων μέσω ειδικών προγραμμάτων αγροτικής ανάπτυξης και €2.500 εκατομμύρια από το Τμήμα Προσανατολισμού που περιλαμβάνεται στο Στόχο 1 των Διαρθρωτικών Ταμείων). Ανάμεσα στα 22 μέτρα που θεωρούνται κατάλληλα για στήριξη από το ΕΓΤΠΕ (Council Reg. (EC) No 1257/1999) υπάρχει ένα το οποίο σχετίζεται άμεσα με το τουρισμό, με το τίτλο 'ενθάρρυνση του τουρισμού και των βιοτεχνιών χειροτεχνημάτων'.

Ωστόσο, η συνεισφορά της κοινοτικής πολιτικής για αγροτική ανάπτυξη σε σχέση με το τουρισμό υπαίθρου, πρακτικά είναι μεγαλύτερη. Αρκετά από τα υπόλοιπα 21 μέτρα αγροτικής ανάπτυξης συνεισφέρουν επίσης, είτε άμεσα ή έμμεσα, στην ανάπτυξη του τουρισμού στις αγροτικές περιοχές, οι οποίες θεωρούνται ιδανικές για τουρισμό και δραστηριότητες αναψυχής και ανάπαυλας. Για παράδειγμα, στήριξη προσφέρεται στο αγρο-περιβαλλοντικό μέτρο, στο οποίο έχουν καταναμηθεί οι μεγαλύτεροι οικονομικοί πόροι, για μεθόδους αγροτικής παραγωγής οι οποίες έχουν σχεδιαστεί για διατήρηση των τοπίων και των χαρακτηριστικών τους. Μέτρα για στήριξη του δασοκομικού τομέα περιλαμβάνουν επενδυτική βοήθεια για αύξηση της αξίας των δασότοπων (π.χ. δημιουργία μονοπατιών). Άλλα μέτρα προσφέρουν στήριξη για βελτίωση των οικονομικών δραστηριοτήτων των αγροτικών περιοχών, για παροχή των βασικών υπηρεσιών και για αναστήλωση και ανάπτυξη των χωριών. Επιπρόσθετα μέτρα σχετίζονται με τη διαποίκιση των αγροτικών δραστηριοτήτων (π.χ. αγροτικού τουρισμού, ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων) και μάρκετινγκ των ποιοτικών τοπικών τροφίμων. Όταν ολόκληρος ο κατάλογος των μέτρων εξετάζεται ως σύνολο, συμπεραίνεται ότι η κοινοτική πολιτική αγροτικής ανάπτυξης προσφέρει σημαντικές δυνατότητες και ευκαιρίες στα κράτη μέλη για ενίσχυση και προώθηση του αγροτικού τουρισμού.

Φτάνοντας στο σήμερα, αναφορικά για τη περίοδο 2014-2020, σύμφωνα με τη στρατηγική «Ευρώπη 2020» και τους στόχους της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής, η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει τρεις στρατηγικούς στόχους:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στον τομέα της Γεωργίας
- Βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων και της κλιματικής αλλαγής
- Ανάπτυξη των αγροτικών οικονομιών καθώς και δημιουργία και διατήρηση των θέσεων εργασίας

Ο τουρισμός της υπαίθρου καθίσταται ιδιαίτερα σημαντικός και αποτελεί μια από τις βασικές προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής πολιτικής για την αγροτική ανάπτυξη και την επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020». Επιπλέον, η προώθηση του αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την επίτευξη των στόχων ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών και τη δημιουργία νέων βιώσιμων θέσεων

εργασίας. Η πολιτική αυτή αναπτύσσεται με τα εθνικά προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης διάρκειας επτά ετών τα οποία στηρίζονται και κατευθύνονται με βάση τον ισχύοντα κανονισμό 1305/2013 της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο εν λόγω κανονισμός ενθαρρύνει και κρίνει απαραίτητες τις επενδύσεις που αφορούν τη γεωργία, τον αγροτουρισμό, επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και επενδύσεις που αναδεικνύουν τη φυσική κληρονομία ενός τόπου έχοντας ως στόχο την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.

Σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού κρίνεται σημαντική και αποτελεί βασική προτεραιότητα η «προώθηση της κοινωνικής ένταξης, της μείωσης της φτώχειας και της οικονομικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές» όπου πραγματοποιείται μέσω της:

- Προώθησης της τοπικής ανάπτυξης στις αγροτικές περιοχές.
- Δημιουργίας διευκολύνσεων ως προς τη διαφοροποίηση, δημιουργία και ανάπτυξη μικρό μεσαίων επιχειρήσεων.
- Διευκόλυνσης στην πρόσβαση, της χρήσης και της ποιότητας των τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνίας στις αγροτικές περιοχές.

Για την υλοποίηση των παραπάνω στόχων τα μέτρα τα οποία συμπεριλαμβάνονται είναι τα εξής:

- Η ενίσχυση μη γεωργικών δραστηριοτήτων σε αγροτικές περιοχές.
- Οι επενδύσεις για δημιουργία και βελτίωση των βασικών υπηρεσιών και υποδομών για τον αγροτικό πληθυσμό.
- Οι επενδύσεις που αφορούν τη διατήρηση και αναβάθμιση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς των αγροτικών περιοχών.
- Οι επενδύσεις σε υποδομές αναψυχής και τουριστικές πληροφορίες με στόχο τη δημόσια χρήση (INSETE, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

3.1 Η σημαντικότητα του τουρισμού για μια χώρα

Ο τουρισμός προσφέρει μια σειρά πλεονεκτημάτων σε μια χώρα τα όποια μπορεί να είναι κοινωνικής καθώς και οικονομικής φύσεως. Για παράδειγμα αναπτύσσει και δημιουργεί καινούργιες σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων οι οποίοι κατάγονται από διαφορετικά μέρη του κόσμου, μιλούν διαφορετική γλώσσα και έχουν διαφορετικά ήθη και έθιμα. Έτσι λοιπόν συμβάλλει στην κατανόηση των ανθρώπων διαφορετικών εθνικοτήτων το οποίο έχει ως αποτέλεσμα να μειώνονται οι πολιτικές εντάσεις σε διεθνές επίπεδο .

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ψυχική και σωματική υγεία των ανθρώπων καθώς με τα ταξίδια οι άνθρωποι ξεφεύγουν από την καθημερινότητα και τα προβλήματα τους οπότε και ευνοούνται ψυχικά και συναισθηματικά αλλά και σωματικά με την επίσκεψη σε διαφορετικά ιατρικά περιβάλλοντα έχοντας θετικά αποτελέσματα σε ασθένειες. Επιπλέον, συμβάλλει στην εθνική οικονομική ανάπτυξη της κάθε χώρας δημιουργώντας πεδίο οικονομικής δραστηριότητας σε κλάδους που εντάσσονται στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών όπως είναι τα ξενοδοχεία, τα καταστήματα εστίασης, τα καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης και τα τουριστικά χωριά. Επίσης δημιουργεί πωλήσεις και οικονομική ενίσχυση σε όλους του σχετιζόμενους με την διακίνηση των αγαθών όπως τρόφιμα ,ποτά ,καφές αφού η ζήτηση και η κατανάλωση αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό. Επιπρόσθετα, δημιουργείται η ανάγκη για βελτίωση των γενικών υποδομών της χώρας έτσι ώστε να υπάρχει άρτια παροχή υπηρεσίας στον τουρίστα, οπότε και βελτιώνονται οδικά δίκτυα, λιμάνια, αεροδρόμια καθώς και κατασκευάζονται είτε ανακαινίζονται ξενοδοχεία, καταστήματα εστίασης και γενικότερα τουριστικές επιχειρήσεις.

Εν κατακλείδι ιδιαίτερης σημασίας κρίνεται το γεγονός ότι ο τουρισμός επιδρά θετικά στον τομέα της απασχόλησης σε μια χώρα, αφού δημιουργούνται καινούργιες θέσεις εργασίας καθώς και αυξάνεται η ζήτηση για εργατικό δυναμικό σε

ξενοδοχεία, καταλύματα, ταξιδιωτικά γραφεία , επιχειρήσεις εστίασης και γενικότερα στον κλάδο επιχειρήσεων του τουρισμού (Λαλούμης, 2015).

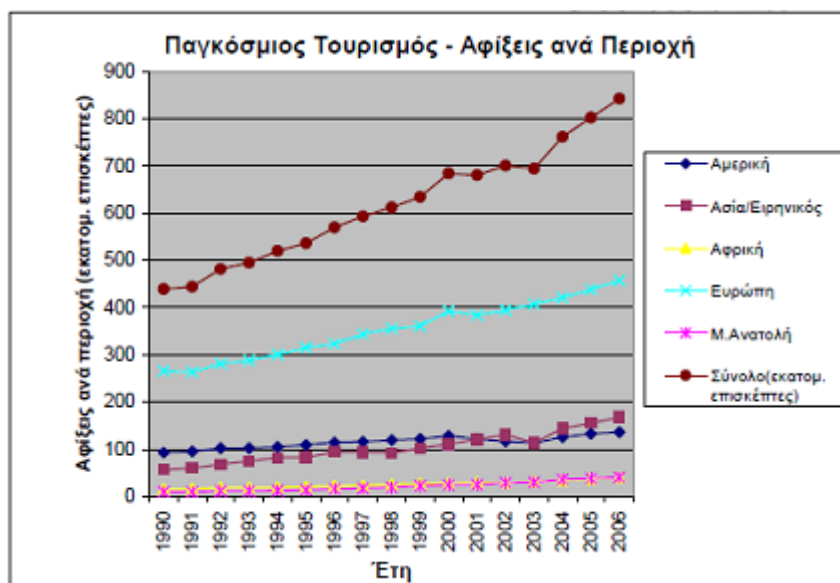
3.2 Ο παγκόσμιος τουρισμός τις προηγούμενες δεκαετίες

Ο τουριστικός κλάδος καθίσταται εδώ και πολλές δεκαετίες ιδιαίτερα δυναμικός εξίσου με τους υπόλοιπους κλάδους βιομηχανικής παραγωγής ή εξαγωγών σε παγκόσμιο επίπεδο. Όσον αφορά στο παγκόσμιο ΑΕΠ σύμφωνα με στοιχεία του έτους 2006, η τουριστική δραστηριότητα παράγει το 6% αυτού καθώς και το 7% της παγκόσμιας απασχόλησης, όπου τα ποσοστά αυτά είναι μεγαλύτερα στις ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες οι οποίες είναι οι μεσογειακές και οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Συγκρίνοντας με δεδομένα παλαιότερων ετών παρατηρούμε την ραγδαία αύξηση μεγέθους του παγκόσμιου τουρισμού, κατά τη διάρκεια 1950-1995 ο τουρισμός διεθνώς αυξήθηκε μετρώντας τις αφίξεις σε ποσοστό +7,2% έχοντας το 1950, 25 εκατ. διεθνείς τουρίστες φτάνοντας το 1995 στους 561εκατ. Ενώ, μετρώντας τις εισπράξεις σε ποσοστό +12,2% ξεκινώντας το 1995 στα 2,1 δισ. δολάρια φτάνοντας το 1995 στα 381 δισεκατομμύρια εισπράξεις. Η ραγδαία παραπάνω αύξηση συνεχίζεται καθώς σύμφωνα με στοιχεία για το έτος 2006 οι αφίξεις καταγράφηκαν στα 842 εκατ. διεθνών τουριστών ενώ οι εισπράξεις ανήλθαν στα 735 δις. δολάρια

Ο τουρισμός συμβάλλει παγκοσμίως στην οικονομική ανάπτυξη περιοχών ενώ παράλληλα εκεί που αναπτύσσεται μειώνονται τα ποσοστά ανεργίας. Η τουριστική δραστηριότητα αποτελεί δηλαδή μια οικονομική δραστηριότητα η οποία επιδρά θετικά στον εργασιακό τομέα και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας μεγέθους 1,5 φορά μεγαλύτερου συγκριτικά με την ικανότητα της συνολικής οικονομίας. Επιπλέον, οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται καλύπτονται στη συνέχεια σε μεγάλο ποσοστό από εργατικό δυναμικό που δεν σχετίζεται με τουριστικά επαγγέλματα, πράγμα που σημαίνει ότι ο τουριστικός τομέας με ταχείς ρυθμούς καταπολεμά την ανεργία στον βασικό πυρήνα της (ΙΤΕΠ, 2007).

Σύμφωνα με στοιχεία του έτους 2006 ο τουρισμός συγκεντρώνεται στην Ευρώπη με μερίδιο αγοράς 54,3% και 456,9 εκατ. επισκέπτες , Ασία με 19,9% και

167,4 εκατ. επισκέπτες και Αμερική με 16,2% και 136 εκατ. επισκέπτες. Ακολουθούν η Αφρική με 4,9% και η Μ.Ανατολή με 4,8%.



Διάγραμμα 1: Παγκόσμιος Τουρισμός - Αφίξεις ανά Περιοχή

Παρατηρούμε λοιπόν ότι από τη δεκαετία του 1990 έως του 2000 με βάσει τις αφίξεις ο διεθνής τουρισμός επικεντρώνεται στις περιοχές της Ευρώπης, Ασίας και Αμερικής, ενώ με βάσει τις εισπράξεις, η Ευρώπη επικρατεί με πολύ μεγάλη διαφορά συγκριτικά με τους υπόλοιπους προορισμούς κατέχοντας μερίδιο 50%. Το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο ανήκει στην Αμερική η οποία το 2006 ισοβαθμεί με την Ασία στο 20,9% όπου η τελευταία έρχεται τρίτη βάσει των εισπράξεων, ενώ ακολουθούν στη σειρά η Αφρική και η Μέση Ανατολή. (ΙΤΕΠ, 2007).

3.3 Ο Παγκόσμιος Τουρισμός Σήμερα

Αναφορικά με την τελευταία δεκαετία ο τουρισμός συνεχίζει να αποτελεί έναν από τους δυναμικότερους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας παρουσιάζοντας διαρκή μεγέθυνση συνεισφέροντας πλέον στο 10% του παγκόσμιου ΑΕΠ υπερβαίνοντας το όριο του 1 δισ. αφίξεων διεθνώς, παρουσιάζοντας παρόμοια εικόνα ως προς τις αφίξεις και εισπράξεις με την προηγούμενη δεκαετία. Στη συνέχεια της ενότητας αναλύεται ως έτος αναφοράς το 2016 έχοντας εκείνο το χρονικό σημείο τα πιο

πρόσφατα δεδομένα ως προς τις αφίξεις των χωρών που αφορούν τον παγκόσμιο τουρισμό.

Το έτος 2016 παρουσιάστηκε αύξηση ποσοστού 3,9% συγκριτικά με το 2015 στις παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις, ενώ οι παγκόσμιες τουριστικές εισπράξεις ανήλθαν στα 1,220 δις. για την ίδια χρονιά παρουσιάζοντας αύξηση 2% συγκριτικά με το 2015 που είχαν καταγραφεί στα 1,196 δις. δολάρια. Αξίζει να αναφερθεί πως και σε αυτή τη δεκαετία ο διεθνής τουρισμός συγκεντρώνεται σε Ευρώπη, Αμερική και Ασία. Ειδικότερα, το μεγαλύτερο μερίδιο βάσει αφίξεων το συγκεντρώνει πάλι η Ευρώπη η οποία το έτος 2016 υποδέχθηκε 620 εκατ. επισκέπτες. Το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς επικεντρώνεται στη περιοχή της Ασίας, της οποίας οι αφίξεις καταγράφηκαν στα 303 εκατ. παρουσιάζοντας μια αύξηση 9,3% έναντι της προηγούμενης χρονιάς. Ενώ, το τρίτο μεγαλύτερο μερίδιο το συγκεντρώνει η Αμερική όπου το 2016, 200 εκατ. ταξιδιώτες επισκέφτηκαν τη χώρα. Ακολουθεί η Αφρική καταγράφοντας 58 εκατ. αφίξεις και τελευταία εμφανίζεται η Μ. Ανατολή έχοντας 54 εκατ. αφίξεις ταξιδιωτών.

Πίνακας 1: Αφίξεις & Έσοδα ανά Προορισμό

Προορισμός	Αφίξεις (σε εκατ.)	Έσοδα (σε \$ δις.)
Ευρώπη	620	447
Ασία/Ειρηνικός	303	367
Αμερική	200	313
Αφρική	58	35
Μέση Ανατολή	54	58
Σύνολο	1.235	1.220

Πηγή: UNWTO

Παρατηρώντας τις τουριστικές αφίξεις και εισπράξεις διεθνώς, αξίζει να αναφερθεί ποιες είναι οι χώρες οι οποίες κατατάσσονται πρώτες σε αριθμό. Το έτος 2016 η πρώτη θέση ως προς τις αφίξεις ανήκει στη Γαλλία καταγράφοντας 82,6 εκατ. επισκέψεις. Η δεύτερη θέση ανήκει στις ΗΠΑ με 75,6 εκατ. αφίξεις ταξιδιωτών ενώ τη τρίτη θέση τη καταλαμβάνει η Ισπανία καταγράφοντας 75,6 εκατ. αντίστοιχα. Ακολουθεί η Κίνα με 59,3 εκατ. καθώς και η Ιταλία με 52,4 εκατ. αφίξεις. Όσον αφορά τις εισπράξεις ανά τον κόσμο, πρώτες καθίστανται οι ΗΠΑ εισπράττοντας 205,9 δις. δολάρια. Η δεύτερη θέση καταλαμβάνεται από την Ισπανία με 60,3 δις.

εισπράξεις και η τρίτη θέση ανήκει στη Ταϊλάνδη με 49,9 δισ. Ακολουθούν οι χώρες Κίνα και Γαλλία με 44,4 και 42,5 δισ. εισπράξεις αντίστοιχα.

Πίνακας 2: Οι 5 Πρώτες Χώρες σε Αφίξεις

Κατάταξη	Χώρα	Αφίξεις (σε εκατ.)
1	Γαλλία	82,6
2	Η.Π.Α.	75,6
3	Ισπανία	75,6
4	Κίνα	59,3
5	Ιταλία	52,4

Πηγή: UNWTO

Πίνακας 3: Οι 5 Πρώτες Χώρες σε Εισπράξεις

Κατάταξη	Χώρα	Εισπράξεις (σε \$δισ.)
1	Η.Π.Α.	205,9
2	Ισπανία	60,3
3	Ταϊλάνδη	49,9
4	Κίνα	44,4
5	Γαλλία	42,5

Πηγή: UNWTO

Συμπερασματικά, βάσει αυτής της διαχρονικής αυξητικής πορείας της ταξιδιωτικής δραστηριότητας των τελευταίων δεκαετιών, διαπιστώνουμε πως η παγκοσμιοποίηση έχει αυξήσει όχι μόνον τις παγκόσμιες κινήσεις αγαθών και κεφαλαίων αλλά και τις μετακινήσεις ανθρώπων είτε λόγο επαγγελματικών υποχρεώσεων είτε λόγο αναψυχής. Το παραπάνω έχει ως αποτέλεσμα να επωφελείται ο τομέας του τουρισμού ο οποίος εξελίσσεται διαρκώς με γρήγορους ρυθμούς σε παγκόσμιο επίπεδο διαχρονικά ως μια πολύ σημαντική ισχυρή βιομηχανία και αποτελεί κύριο παράγοντα στην οικονομική ανάπτυξη και εργατική απασχόληση. Τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα να αυξάνονται το επίπεδο διαβίωσης των ανεπτυγμένων τουριστικά περιοχών καθώς και η ευημερία των πολιτών τους (ICAP, 2017. ΙΤΕΠ, 2007).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Οι τουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Ο τουρισμός σαν όρος αποτελεί μια βαριά βιομηχανία για μια χώρα και πρόκειται για μια πολυσύνθετη επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς στον τουρίστα παρέχονται ποικίλες υπηρεσίες από τη στιγμή άφιξης έως τη στιγμή αναχώρησης του. Η επιτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας αυτής εξαρτάται από τη ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών του κάθε καταναλωτή.

Σε μία χώρα συμβάλλει θετικά στη διαμόρφωση του ΑΕΠ και μπορεί να αποτελέσει εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης για αυτήν με την πραγματοποίηση επενδυτικών δραστηριοτήτων. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αποτελεί την πλέον σημαντικότερη βιομηχανία της χώρας, βοηθώντας σημαντικά στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης που πλήττει τη χώρα τα τελευταία έτη, καθώς και στη μείωση της ανεργίας. Το 2016 η έμμεση συμβολή του Ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας εκτιμήθηκε ως ποσοστό 18,6% επί του ΑΕΠ και η απασχόληση για την ίδια χρονιά εκτιμήθηκε στο 23,4% επί της συνολικής απασχόλησης. Επίσης ο Ελληνικός τουρισμός το έτος 2015 κατέλαβε μερίδιο στην παγκόσμια και Ευρωπαϊκή αγορά 2% και 3,1% αντίστοιχα (ICAP, 2017. INSETE, 2019).

Στη βιομηχανία του τουρισμού ανήκουν και δραστηριοποιούνται ως τουριστικές επιχειρήσεις οι παρακάτω κατηγορίες:

- Καταλύματα: Στα καταλύματα εντάσσονται τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, οι ξενώνες, τα μοτέλ και τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα.
- Οι μονάδες εστίασης: Στην κατηγορία της εστίασης εντάσσονται τα εστιατόρια, τα μπαρ, οι καφετέριες, οι ταβέρνες.
- Επιχειρήσεις μεταφοράς: Αφορά τις αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες (κρουαζιερόπλοια), εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, τα τρένα και τα τουριστικά λεωφορεία.
- Τουριστικά πρακτορεία / ταξιδιωτικά γραφεία: Στην κατηγορία αυτή ενεργούν οι λεγόμενοι τουριστικοί πράκτορες οι οποίοι δραστηριοποιούνται και

προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τόπο που ο κάθε ταξιδιώτης ξεκινάει το ταξίδι του, κάνοντας όλες τις απαραίτητες ενέργειες για τον επιτυχή σχεδιασμό του ταξιδιού για λογαριασμό του.

- Μονάδες αναψυχής και άμεσης εξυπηρέτησης τουριστών: Εντάσσονται τα πάρκα, τα χιονοδρομικά κέντρα, οι διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις, τα καταστήματα πώλησης αναμνηστικών δώρων, τα καζίνα.
- Διάφορες άλλες παρατουριστικές επιχειρήσεις: Όπως οι επιχειρήσεις που έχουν ως κύρια λειτουργία την παραγωγή, διανομή και εφοδιασμό προϊόντων και αγαθών στις τουριστικές μονάδες (Λαλούμης, 2015)

Αναλύοντας το τουριστικό κύκλωμα παρατηρούμε ότι αποτελείται από τους τουρίστες και τα καταλύματα. Οι τουρίστες διακρίνονται σε μεμονωμένους τουρίστες και τουρίστες ομαδικής μετακίνησης (με γκρουπ). Οι πρώτοι επιλέγουν οι ίδιοι τα καταλύματα στα οποία επιθυμούν να διαμείνουν, επιλέγουν τις σχετικές υπηρεσίες που θέλουν, τις οποίες διαμορφώνουν και απολαμβάνουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, και ο τελικός πάροχος της υπηρεσίας είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις. Από την άλλη μεριά, οι τουρίστες που ενσωματώνονται σε γκρουπ όσον αφορά την επιλογή της προσφερόμενης υπηρεσίας τους, αυτή πραγματοποιείται και διαμορφώνεται από τον τουριστικό πράκτορα ο οποίος δημιουργεί και τελικώς πουλά στον ταξιδιώτη το λεγόμενο τουριστικό πακέτο.

Στο τουριστικό πακέτο περιλαμβάνονται όλες οι υπηρεσίες που είναι απαραίτητες για την επιτυχή πραγματοποίηση ενός ταξιδιού το οποίο θα απολαύσει ο τελικός καταναλωτής. Ο τουρίστας δηλαδή δεν επιλέγει ο ίδιος σε ποιο μέρος θα διαμείνει, πως θα ψυχαγωγηθεί ή σε ποια εστιατόρια θα καταναλώσει, αντιθέτως όλα αυτά είναι ήδη επιλεγμένα και ενσωματωμένα στο τουριστικό προϊόν που έχει αγοράσει.

Με την πάροδο των ετών, φτάνοντας στο σήμερα διαπιστώνουμε πως τροποποιήθηκε ο όρος τουριστικό πακέτο και η προσφορά του δεν παρέχεται πλέον αποκλειστικά από τον τουριστικό πράκτορα. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και τη χρήση του Internet καθώς και των social media, ο τουρίστας μπορεί να ερευνήσει τα Websites των τουριστικών καταλυμάτων, στη συνέχεια να επιλέξει όλες τις υπηρεσίες

της αρεσκείας του που αφορούν το ταξίδι του και κατά συνέπεια να διαμορφώσει ο ίδιος το τουριστικό πακέτο του (ICAP, 2017).

4.2 Η Τουριστική Δαπάνη

Για την ανάλυση της επίδρασης του τουρισμού στην οικονομία κρίνεται αναγκαίο να προσδιοριστούν οι οικονομικοί κλάδοι που συμμετέχουν στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων και υπηρεσιών που συνθέτουν την τουριστική δαπάνη.

Σύμφωνα με το International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS, 2008) τουριστική δαπάνη ορίζεται το ποσό που καταβάλλεται για την απόκτηση καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών για ίδια χρήση ή χρήση προς τρίτους τόσο για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού όσο και κατά τη διάρκεια του.

Η τουριστική δαπάνη αποτελείται από τις εξής κατηγορίες:

- Εισερχόμενη τουριστική δαπάνη, η δαπάνη που πραγματοποιείται από αλλοδαπούς τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν σε μια χώρα αναφοράς.
- Η εγχώρια τουριστική δαπάνη, η κατανάλωση δηλαδή που πραγματοποιείται από ημεδαπούς τουρίστες σε μια χώρα αναφοράς.
- Η εξερχόμενη τουριστική δαπάνη, που αφορά τους ημεδαπούς ταξιδιώτες που πραγματοποιούν ταξίδια σε διαφορετικές χώρες εκτός της μόνιμης κατοικίας τους.

Τόσο η εισερχόμενη όσο και η εγχώρια τουριστική δαπάνη, αποτελούν σημαντικά μέσα εκτίμησης για τον υπολογισμό της επίδρασης του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία, όπου και τα δύο μαζί αποτελούν την εσωτερική τουριστική δαπάνη. Η εξερχόμενη τουριστική δαπάνη δεν συμπεριλαμβάνεται στην εκτίμηση της επίδρασης του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία καθώς η κατανάλωση της δημιουργεί αξία που την επωφελούνται περιοχές εκτός της μόνιμης κατοικίας των ταξιδιωτών.

Αναφορικά με τα αγαθά και τις υπηρεσίες που σχετίζονται με την τουριστική δαπάνη, πρέπει να πούμε πως το προϊόν συνδέεται με τον τουρισμό όταν ο

καταναλωτής γίνεται επισκέπτης όπου καταναλώνει προϊόντα ή υπηρεσίες σε έναν προορισμό διαφορετικό από την μόνιμη κατοικία του και τα προϊόντα ή υπηρεσίες θα είχαν μια πολύ μικρή ζήτηση ένα δεν υπήρχε ανεπτυγμένος τουρισμός στον συγκεκριμένο προορισμό. Επομένως, οι κατηγορίες των αγαθών ή υπηρεσιών που σχετίζονται με την τουριστική δαπάνη και χρησιμοποιούνται για την εκτίμηση της, συνδέονται με τις επιμέρους ανάγκες του εν λόγω επισκέπτη στον διαφορετικό αυτό προορισμό και αυτές διακρίνονται στα καταλύματα, στις μεταφορές, στη διατροφή, στις ψυχαγωγικές και αναψυχής δραστηριότητες, στις υπηρεσίες που παρέχουν τα ταξιδιωτικά πρακτορεία όπως και σε αγορές διαφόρων προϊόντων λιανικού εμπορίου. Η καταγραφή αυτών των αγαθών και υπηρεσιών τα οποία εξαρτώνται από την τουριστική ζήτηση μπορεί να δείξει πιθανή ανάγκη σύνδεσης τους με τη πλευρά της προσφοράς δηλαδή της εγχώριας παραγωγής (IOBE, 2012).

4.3 Οι μορφές επίδρασης του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο και συμβάλλει θετικά στην Ελληνική οικονομία συνεισφέροντας σε αυτή άμεσα, έμμεσα και προκαλούμενα. Η τουριστική δαπάνη είτε εισερχόμενη είτε εγχώρια των ταξιδιωτών, είναι αυτή η οποία αυξάνει την τελική ζήτηση και έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται τουριστικά.

Μελετώντας αρχικά την άμεση επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία, θα λέγαμε πως αυτή αντιπροσωπεύεται από τις μεταβολές στα επίπεδα παραγωγής λόγω αυξημένης τουριστικής ζήτησης και κατανάλωσης καθώς και με την αύξηση στις αρχικές εισροές των επιχειρήσεων. Οι παραπάνω μεταβολές στην παραγωγή των κλάδων που δραστηριοποιούνται και επηρεάζονται από τον τουρισμό οδηγούν με τη σειρά τους σε αύξηση στη ζήτηση για αγαθά άλλων κλάδων που αφορούν την παραγωγική διαδικασία. Έτσι λοιπόν δημιουργείται η ανάγκη στους προμηθευτές να καλύψουν το κενό παραγωγής λόγω αυξημένης ζήτησης στα προϊόντα τους με επιπρόσθετες αγορές από άλλους σχετικούς κλάδους της παραγωγικής διαδικασίας η οποία αλληλεπίδραση αυτή αποτελεί τη λεγόμενη έμμεση επίδραση. Επιπλέον, εξετάζοντας τα νοικοκυριά παρατηρούμε πως αυτά αποτελούν τον παραγωγό αλλά και τον καταναλωτή στον τουριστικό τομέα. Αρχικά,

προσφέρουν εργασία και υπηρεσίες έτσι ώστε να καλυφθεί η τουριστική ζήτηση όπου και λαμβάνουν εισόδημα ενώ παράλληλα αποτελούν τους καταναλωτές αφού δαπανούν μέρος του εισοδήματός τους για αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Επομένως, οποιαδήποτε μεταβολή στην ποσότητα εργασίας που προσφέρουν στην παραγωγή, επηρεάζει το εισόδημα τους καταλήγοντας να μεταβάλλονται και οι δαπάνες που πραγματοποιούν ως καταναλωτές. Άρα λοιπόν οι αγορές που κάνουν, το εισόδημα που λαμβάνουν και το μέγεθος της παραγωγής που προσφέρουν σχετίζονται άμεσα. Έτσι λοιπόν η προκαλούμενη επίδραση περιγράφει τη θετική επίδραση στα αποτελέσματα του ΑΕΠ αλλά και στην εργασιακή απασχόληση από τη ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών, η οποία λαμβάνει χώρα λόγω της μεταβολής στο εισόδημα των νοικοκυριών το οποίο μεταβλήθηκε αυξητικά, λόγω της ύπαρξης και παραγωγής των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών (IOBE, 2012).

4.4 Ο τουρισμός και η επίδραση του στην εγχώρια οικονομία και απασχόληση

Το ΑΕΠ αποτυπώνει την χρηματική αξία των παραχθέντων αγαθών και υπηρεσιών κατά τη διάρκεια ενός έτους. Στη συνέχεια διαμορφώνεται η ενδιάμεση ζήτηση όπου ένα μέρος της παραγωγής ενός κλάδου αποτελεί εισροή στη παραγωγική διαδικασία ενός άλλου κλάδου και το παραπάνω παραχθέν προϊόν καταναλώνεται από τα νοικοκυριά, το κράτος, καθώς και επενδύεται ή εξάγεται στο εξωτερικό. Όλα τα παραπάνω μαζί διαμορφώνουν την συνολική ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών κάθε κλάδου.

Το ΑΕΠ που διαμορφώνεται από τον τουρισμό αποτελείται από το ακαθάριστο προϊόν των κλάδων που δραστηριοποιούνται είτε άμεσα είτε έμμεσα στον τουριστικό τομέα και στη τουριστική παραγωγική διαδικασία. Η εγχώρια τουριστική ζήτηση διαμορφώνεται από το επίπεδο κατανάλωσης των τουριστικών προϊόντων από τα νοικοκυριά ενώ οι δαπάνες που καταβάλει η εκάστοτε κυβέρνηση όπως διαφημίσεις τουριστικών προϊόντων ή έξοδα φιλοξενίας αλλοδαπών που επισκέπτονται τη χώρα, αντιπροσωπεύει τη ζήτηση από το κράτος. Επιπρόσθετα, οι χρηματικές δαπάνες από τον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα για εκτέλεση έργων και

υποδομών με στόχο τη βελτίωση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών στους τουρίστες, αποτελούν τις επενδύσεις. Όσον αφορά τις εξαγωγές αποτυπώνουν τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών των ξένων ταξιδιωτών οι οποίοι επισκέπτονται τη χώρα, οπότε αναλόγως με τις εισπράξεις και τα γενικότερα τουριστικά έσοδα αντανακλάται σε χρηματική αξία (IOBE, 2012)

Το Ελληνικό ΑΕΠ για το 2017 παρουσίασε αύξηση +2,1% έναντι του έτους 2016 και διαμορφώθηκε στα 180.218 εκατ. ευρώ έναντι 176.488 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Όσον αφορά τα έμμεσα οφέλη του τουρισμού και την έμμεση επίδραση του, σύμφωνα με στοιχεία του IOBE, (2012) για κάθε 1 ευρώ που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, δημιουργεί επιπλέον έμμεση και προκαλούμενη οικονομική δραστηριότητα 1,2 ευρώ το οποίο σημαίνει ότι δημιουργείται ΑΕΠ 2,2 ευρώ το οποίο και αποτελεί τον πολλαπλασιαστή της τουριστικής δραστηριότητας.

Σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), προκύπτει διαφορετικός πολλαπλασιαστής των επιμέρους τουριστικών κλάδων στην Ελληνική οικονομία ο οποίος ανέρχεται σε 2,65€ δηλαδή όπως και προηγουμένως για κάθε 1 ευρώ που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα, δημιουργείται 1,65€ επιπλέον έμμεση και προκαλούμενη οικονομική δραστηριότητα, αυξάνοντας το ΑΕΠ κατά 2,65€. Επομένως, ο πολλαπλασιαστής της τουριστικής δραστηριότητας κυμαίνεται από 2,2 έως 2,65.

Πίνακας 4: Κατανομή των Εσόδων - Πολλαπλασιαστής Τουριστικής Δραστηριότητας

	% Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλαπλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή: ΚΕΠΕ, IOBE - Επεξεργασία INSETI Intelligence

Όσον αφορά την άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ καταγράφηκε στο ποσό των 19 δισ.€ με ποσοστό 10,6% ενώ προσθέτοντας στον υπολογισμό και τα έμμεσα οφέλη με την χρήση του πολλαπλασιαστή η συνολική συνεισφορά κυμαίνεται από 41,9δισ.€ έως 50,5δισ. € και σε ποσοστό από 23,2% έως 28% του ΑΕΠ.

Συνοψίζοντας ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα και κύρια πηγή εσόδων για την Ελληνική οικονομία το οποίο αποτυπώνεται και στο Ισοζύγιο πληρωμών της χώρας. Ειδικότερα το 2017 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις συνέβαλαν καλύπτοντας το 74,0% του ελλείμματος του Ισοζυγίου αγαθών, το οποίο ποσοστό αυξάνει και ανέρχεται στο 82,0% ένα συμπεριληφθούν στο ισοζύγιο και τα έσοδα από κρουαζιέρες ή αερομεταφορές (INSETE, 2019).

Ο τουρισμός αποτελεί θετική επιρροή και συμβολή σε κοινωνικό επίπεδο, αναπτύσσοντας περιοχές της χώρας όπως τα νησιά τα οποία είναι απομονωμένα και πληθυσμιακά συρρικνωμένα, δημιουργώντας σε αυτά νέες θέσεις εργασίας αυξάνοντας έτσι την ευημερία των κατοίκων τους. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της τουριστικής απασχόλησης είναι η ένταση της εργασίας, καθώς για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών για κάλυψη της ζήτησης από τους τουρίστες, χρησιμοποιείται περισσότερο η ανθρώπινη εργασία έναντι της λειτουργίας των κεφαλαιακών εξοπλισμών. Ακόμη, χαρακτηριστικό στοιχείο που διακρίνει τη τουριστική απασχόληση είναι οι αυξομειώσεις που επιδεικνύει κατά τη διάρκεια ενός έτους, παρουσιάζοντας έντονη αύξηση τους καλοκαιρινούς μήνες και μείωση τους χειμερινούς, το οποίο συμβαίνει λόγω της εποχικότητας που διακατέχει το τουριστικό προϊόν.

Ο τρόπος που επιδρά ο τουρισμός στην απασχόληση όπως συμβαίνει και στο ΑΕΠ είναι άμεσος, έμμεσος και προκαλούμενος. Ο κλάδος των επιχειρήσεων που κύριο μέρος των δραστηριοτήτων τους είναι η παροχή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών για κάλυψη της τουριστικής ζήτησης, αντιπροσωπεύουν την άμεση απασχόληση, ενώ ο κλάδος των επιχειρήσεων που μέρος των δραστηριοτήτων του είναι να προμηθεύει τις προαναφερθείσες τουριστικές επιχειρήσεις έτσι ώστε να είναι σε θέση να παράγουν τα προϊόντα και υπηρεσίες, περιγράφει την έμμεση απασχόληση αναφορικά με τις θέσεις εργασίας. Τέλος, οι θέσεις εργασίας που

δημιουργήθηκαν λόγω της ανάγκης των τουριστικών επιχειρήσεων για κάλυψη της αυξημένης ζήτησης και κατανάλωσης των μόνιμων κατοίκων μιας περιοχής η οποία προήλθε εξαιτίας της αύξησης των εισοδημάτων τους, περιγράφει την προκαλούμενη απασχόληση (IOBE, 2012).

Το 2017 η απασχόληση στον τουρισμό παρουσίασε αύξηση ιδιαίτερα το 2^ο και 3^ο τρίμηνο τάξεως +6,6% και +4,6% αντίστοιχα. Ο κλάδος των καταλυμάτων και της εστίασης αντικατοπτρίζει το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δαπάνης στην χώρα μας, οπότε και συμβάλει σε μεγάλο ποσοστό στην απασχόληση και γενικότερα σε δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με τον τουριστικό τομέα. Έτσι, η συνολική απασχόληση που δημιουργήθηκε από τον τουρισμό για το 3^ο τρίμηνο του 2017 καταγράφηκε σε 630 χιλ. εργαζόμενους ή σε 16,5% της συνολικής απασχόλησης. Συμπεριλαμβάνοντας και την έμμεση απασχόληση στον υπολογισμό, με τη χρήση του πολλαπλασιαστή (2,2 ή 2,65) τότε η συνολική απασχόληση που προκύπτει από τον τουρισμό ανήλθε από 36,2% έως 43,7% του συνόλου της απασχόλησης (INSETE, 2019).

Πίνακας 5: Εξέλιξη απασχόλησης για τα έτη 2016 - 2017

	Εξέλιξη απασχόλησης για τα έτη 2016 - 2017 (σε χιλ.)							
	2016				2017			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.606	3.703	3.737	3.649	3.659	3.791	3.824	3.736
% μεταβολή					1,5%	2,4%	2,3%	2,4%
Καταλύματα - Εστίαση	303	352	381	329	303	375	399	325
% μεταβολή					0,2%	6,6%	4,6%	-1,0%

Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

4.4.1 Ο τουρισμός και η επίδραση του στα φορολογικά έσοδα

Η φορολογική πολιτική αποτελεί βασικό πυλώνα εφαρμογής της δημοσιονομικής πολιτικής που ασκεί κάθε κράτος, αφού μέσω της εφαρμογής των φόρων το κράτος λαμβάνει έσοδα είτε από επιχειρήσεις είτε από καταναλωτές. Σημαντικοί φόροι που αποτελούν βασική άντληση εσόδων για ένα κράτος είναι ο φόρος εισοδήματος, φόρος κατανάλωσης καθώς και οι φόροι επιβολής κατά τη διάρκεια μιας παραγωγικής διαδικασίας.

Ο τουριστικός τομέας επιδρά και αυτός στη φορολογική πολιτική, το τουριστικό προϊόν επιδρά θετικά με τη δημιουργία εσόδων από φόρους στο κράτος το οποίο συμβαίνει με την παραγωγή αγαθών καθώς και την παροχή υπηρεσιών. Οι επιχειρήσεις αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες που αποτελούν αναγκαία έξοδα για την παραγωγική τους διαδικασία καταβάλλουν διάφορους φόρους όπως ΦΠΑ , ειδικό φόρο κατανάλωσης , φόρους εισαγωγής προϊόντων, οι όποιοι αυτοί φόροι αποτελούν την έμμεση φορολογία για το κράτος. (IOBE, 2012)

Σύμφωνα με στοιχεία του IOBE (2012) ο τουρισμός με βάση την τουριστική δαπάνη, επίδρασε στην έμμεση φορολογία καταγράφοντας το ποσό των 733 εκατ. ευρώ, το οποίο προήλθε ως επί το πλείστον από τον κλάδο των μεταφορών αφού οι επιχειρήσεις αυτών των κλάδων, πληρώνουν τον ειδικό φόρο κατανάλωσης στα καύσιμα που αυτά είναι αναγκαία για τη λειτουργία τους. Επιπλέον, ο κλάδος των καταλυμάτων και της εστίασης θεωρείται και αυτός ιδιαίτερα σημαντικός συμβάλλοντας με 24% στην έμμεση φορολογία. Υπολογίζοντας τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα για βελτίωση του τουριστικού προϊόντος καθώς και την ιδιωτική κατανάλωση η συνολική συμβολή στα φορολογικά έσοδα του κράτους ανέρχεται στο ποσό των 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ. Ενώ ο φόρος εισοδήματος που κατέβαλε ο κλάδος των καταλυμάτων και των ταξιδιωτικών πρακτορείων εκτιμάται σε 100 εκατ. ευρώ (IOBE, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ & ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ

5.1 Η Σημαντικότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Τα ξενοδοχεία συνδέονται σε πολύ μεγάλο βαθμό με την τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας, αυτό συμβαίνει διότι εξυπηρετούν εκτός από τουρίστες όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες ταξιδιωτών από φοιτητές μέχρι επαγγελματίες ενώ χωρίς την λειτουργία τους ο όρος φιλοξενία δεν θα μπορούσε να υφίσταται.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αποτελούν απαραίτητο στοιχείο και για την λειτουργία του τουρισμού καθώς και σημαντικό στοιχείο για την οικονομική ανάπτυξη και ευημερία μιας χώρας. Για παράδειγμα οι επιχειρήσεις μεταφοράς επωφελούνται από τα ξενοδοχεία διότι ένας ταξιδιώτης δεν θα πραγματοποιούσε μια μετακίνηση εφόσον δεν έχει εξασφαλίσει τη διαμονή του στον τελικό προορισμό. Επιπλέον, ο γεωργικός τομέας επωφελείται και αυτός και απολαμβάνει αύξηση της αγροτικής του παραγωγής και του εισοδήματος καθώς τα προϊόντα που παράγει έχουν ζήτηση και κατανάλωση σε μεγάλες ποσότητες από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, ο ξενοδοχειακός κλάδος συμβάλλει και στην βιομηχανική ανάπτυξη μιας χώρας, καθώς οι βιοτεχνίες και βιομηχανίες πωλούν σε μεγάλο βαθμό τα προϊόντα παραγωγής τους σε εμπορικές επιχειρήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους τα πωλούν και αυτές σε όλα τα είδη καταλυμάτων (έπιπλα, υλικά καθαρισμού, μαγνητισμός, πετρέλαιο).

Ο κλάδος των ξενοδοχείων αποτελεί σημαντικό θετικό παράγοντα για την συνολική απασχόληση εργαζομένων σε μια χώρα. Στην Ελλάδα περισσότερα από 10.000 ξενοδοχεία απασχολούν πολύ μεγάλο αριθμό εργατικού δυναμικού. Λόγω της διασποράς του τουρισμού τα ξενοδοχεία είναι εγκατεστημένα και απασχολούν εργαζομένους από άκρη σε άκρη της χώρας. Το παραπάνω έχει ως αποτέλεσμα σημαντική μείωση της ανεργίας ειδικά στους νέους και παράλληλα ισχυρή οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιφέρειας σε μία χώρα μειώνοντας ταυτόχρονα την αστυφιλία. Τέλος, τα ξενοδοχεία πωλούν τις υπηρεσίες τους στο κοινό, όχι μόνο σε επίπεδο αναψυχής αλλά συμβάλλουν και σε πολιτιστικό επίπεδο στο να λειτουργεί

και να διαδίδεται ο πολιτισμός μιας χώρας, προσφέροντας τους χώρους και τις σχετικές αίθουσες τους (εκθέσεις φωτογραφίας, μουσικές εκδηλώσεις, συναυλίες, συνέδρια, εκθέσεις ζωγραφικής) για την εξυπηρέτηση του σκοπού αυτού (Λαλούμης, 2015).

5.2 Οι κατηγορίες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Οι ξενοδοχειακές μονάδες διακρίνονται σε δυο γενικές κατηγορίες, τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα όπου θα παρουσιαστούν στη συνέχεια. Ειδικότερα, μπορούν να διακριθούν ανάλογα με τον τύπο ιδιοκτησίας (Ελληνική ή ξένη ιδιοκτησία, όμιλος επιχειρήσεων), το γεωγραφικό τόπο στον οποίο δραστηριοποιούνται και το επίπεδο υπηρεσιών το οποίο προσφέρουν. Όσον αφορά το γεωγραφικό τόπο στον οποίο ανήκουν μπορούν να διακριθούν σε αστικά, τα οποία δραστηριοποιούνται και είναι τοποθετημένα σε αστικές περιοχές και παράλληλα είναι σε λειτουργία κατά όλη τη διάρκεια ενός έτους και σε εποχιακής λειτουργίας, τα οποία δραστηριοποιούνται και είναι τοποθετημένα εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων, σε ευρύτερες γεωγραφικές περιοχές οι οποίες ως επί το πλείστον είναι περιοχές νησιώτικες και παραθαλάσσιες (ICAP, 2017).

α) Στα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα ανήκουν:

- Ξενοδοχεία: αποτελούν εγκαταστάσεις που προσφέρουν έναν πολυσύνθετο συνδυασμό υπηρεσιών, όπως διαμονή και διανυκτέρευση του πελάτη σε δωμάτια είτε σε διαμερίσματα καθώς και σίτιση του πελάτη το λιγότερο όσον αφορά το πρώτο γεύμα της ημέρας.
- Ξενώνες φιλοξενίας νέων: Αποτελούν ξενοδοχειακές μονάδες που βρίσκονται εντός εγκεκριμένων οικισμών, λειτουργικών προδιαγραφών και όλων απαραίτητων κριτηρίων ίδρυσης και λειτουργίας τους από το Υπουργείου Τουρισμού.
- Τουριστικές οργανωμένες κατασκηνώσεις: Αφορούν τα λεγόμενα camping και χαρακτηρίζονται ως κύρια τουριστικά καταλύματα, προσφέρουν και αυτά πολυσύνθετο συνδυασμό υπηρεσιών όπως διαμονή

σε ιδία ή μη μέσα διαμονής (σκηνές, τροχόσπιτα, οχήματα με κοιτώνες) σίτιση και ψυχαγωγία και όλα τα απαραίτητα κριτήρια και λειτουργικές προδιαγραφές καθορίζονται από το Υπουργείο Τουρισμού.

- Σύνθετα τουριστικά καταλύματα: Αφορούν ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες είναι τοποθετημένες σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής και αποτελούν επιπλωμένες κατοικίες. Είναι δηλαδή μονάδες που έχουν επιπλέον ειδικές υποδομές όπως γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα, θεματικά πάρκα καθώς και εξυπηρετούν ειδικές μορφές τουρισμού όπως τον ιαματικό τουρισμό ή καταδυτικό τουρισμό ή λειτουργούν ως κέντρα ευεξίας.
- Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας: Αποτελούν ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία έχουν παρέχουν διαμονή σε δωμάτια ή διαμερίσματα και ένας βαθμός δικαιωμάτων και ιδιοκτησίας έχει μεταβιβαστεί σε τρίτους με διάρκεια τουλάχιστον τα 10 έτη.

β) Στα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα ανήκουν:

- Αυτοεξυπηρετούμενες τουριστικές επαύλεις: Αφορούν τις λεγόμενες βίλες οι οποίες αποτελούν αυτοτελείς εσωτερικά επιπλωμένες μονοκατοικίες έκτασης τουλάχιστον 80 τ.μ δομημένες έχοντας την μορφή κατοικίας.
- Αυτοεξυπηρετούμενες τουριστικές κατοικίες: Αποτελούν αυτοτελείς επιπλωμένες εσωτερικά κατοικίες έκτασης τουλάχιστον 40τ.μ οι οποίες είτε είναι εγκατεστημένες και λειτουργούν ως ανεξάρτητες, είτε είναι ενσωματωμένες σε συγκρότημα μονοκατοικιών.
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια/διαμερίσματα: Είναι επιπλωμένα δωμάτια ή διαμερίσματα προσφέροντας υπηρεσίας διαμονής και διανυκτέρευσης.

Στις κατηγορίες των ξενοδοχείων προστίθεται και προωθείται για τη διάκριση τους η ενότητα «σύστημα αστερών» κατατάσσοντας τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε κλίμακα «αστεριών» ξεκινώντας με χαμηλότερη κατηγορία το ένα αστέρι και καταλήγοντας στην υψηλότερη τα πέντε αστέρια. Η παραπάνω διάκριση εφαρμόζεται βάσει ενός συνδυασμού παραγόντων που έχει να κάνει με τη κατασκευή των

μονάδων καθώς και το επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών το οποίο προσφέρουν. Όλα τα παραπάνω, καθιστούν έναν παράγοντα καθορισμού και διαμόρφωσης της τιμολογιακής πολιτικής του κάθε ξενοδοχειακού καταλύματος (ICAP, 2017. Λαλούμης, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

6.1 Η Τουριστική ζήτηση

Η ζήτηση αφορά την επιθυμία των καταναλωτών για αγορά μιας ποσότητας προϊόντος ή υπηρεσίας σε μια δεδομένη χρονική στιγμή και με μια δεδομένη τιμή. Η ζήτηση προκύπτει, αλληλεπιδρά και εκτιμάται από διάφορες μεταβλητές με κυρίαρχη μεταβλητή από την οποία επηρεάζεται περισσότερο η ζήτηση, να είναι η τιμή του προϊόντος ή υπηρεσίας. Στην τουριστική ζήτηση συμβαίνει το παραπάνω φαινόμενο αλλά προστίθεται και μια αλληλουχία ανομοιογενών παραγόντων από τους οποίους αυτή εξαρτάται έτσι ώστε ο τουριστικός προορισμός να είναι προτιμότερος και ελκυστικότερος έναντι κάποιου άλλου. Ορισμένοι από τους παράγοντες είναι ο ελεύθερος χρόνος του υποψήφιου ταξιδιώτη, το διαθέσιμο εισόδημα του για χρήση σε έναν προορισμό και η γενικότερη ανάγκη και επιθυμία για πραγματοποίηση ταξιδιών.

Η τουριστική ζήτηση μπορεί να είναι πιθανή ζήτηση όπου υπάρχει η επιθυμία για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, αλλά δεν είναι σίγουρη η ικανότητα του υποψήφιου τουρίστα να ταξιδέψει. Επίσης, μπορεί να είναι δεδομένη η ζήτηση όταν εκτός από την επιθυμία υπάρχει και η απόφαση από έναν υποψήφιο τουρίστα για την πραγματοποίηση του ταξιδιού (Λαλούμης, 2015).

Σύμφωνα με τους Mathieson και Wall (1982) χαρακτηριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν στην επιλογή των ανθρώπων για ένα τουριστικό ταξίδι είναι οι παρακάτω:

- Το προφίλ του τουρίστα, παράγοντες όπως το εισόδημα του, το μορφωτικό επίπεδο, η ηλικία του καθώς και οι υφιστάμενες εμπειρίες τους παίζουν σημαντικό ρόλο.
- Τα χαρακτηριστικά και η ελκυστικότητα των προορισμών.

- Γνώσεις και πληροφορίες σχετικά με το ταξίδι, δηλαδή ως προς τις εικόνες του προορισμού, τις υποδομές του, το επίπεδο της παρεχόμενης υπηρεσίας του.
- Τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού, όπως αποστάσεις, διάρκεια ταξιδιού.

6.1.1 Η Τουριστική ξενοδοχειακή ζήτηση στην Ελλάδα

Η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες όπως η οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας η οποία αντικατοπτρίζει την εκάστοτε εικόνα της διεθνώς, από την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος σε διεθνές επίπεδο και από διάφορους γεωπολιτικής φύσεως παράγοντες και διεθνή γεγονότα. Όσον αφορά τη τουριστική ξενοδοχειακή ζήτηση κυριότερος παράγοντας επιρροής αυτής είναι το πλήθος αφίξεων των τουριστών στη χώρα. Ο εισερχόμενος τουρισμός κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός καθώς επικρατέστεροι πελάτες στα ξενοδοχεία της χώρας μας είναι αλλοδαποί τουρίστες που ταξιδεύουν στην χώρα μας ως επί το πλείστον το καλοκαίρι για λόγους αναψυχής (ICAP, 2017).

6.2 Αφίξεις τουριστών στις ξενοδοχειακές κλίνες

Επικρατέστερος παράγοντας μελέτης και εκτίμησης των αποτελεσμάτων του ελληνικού τουρισμού είναι οι αφίξεις των αλλοδαπών ταξιδιωτών στη χώρα μας. Κρίνεται βέβαια απαραίτητος και ο υπολογισμός των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκαν στην χώρα από τους ταξιδιώτες όπου θα αναλυθεί εν συνεχεία. Τα παραπάνω παρουσιάζονται στις επόμενες ενότητες έχοντας ως έτος αναφοράς το 2017 καθώς τότε υπήρξαν κοινά πλήρη δεδομένα και τελευταία στατιστικά στοιχεία για την χώρα μας.

Το 2016 λειτούργησαν στην Ελλάδα 788.553 κλίνες και καταγράφηκαν περίπου 24.8 εκατομμύρια αφίξεις έναντι 23.6 εκατομμύρια αφίξεων που είχαν καταγραφεί το 2015 παρατηρώντας μια αύξηση της τάξεως του 5,1%. Το έτος 2017 το σύνολο αφίξεων στην Ελλάδα ήταν περισσότερο από 27 εκατ. αφίξεις (χωρίς τις κρουαζιέρες) μια αύξηση 8% συγκριτικά με το 2016. Τα έσοδα από τον εισερχόμενο τουρισμό για το έτος 2017 ανήλθαν στα 14,2 δις. ευρώ υπερβαίνοντας το

προηγούμενο ρεκόρ που είχε καταγραφεί το έτος 2015. Όσον αφορά την μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη παρουσιάζεται μείωση το έτος 2015 και 2016 κυμαινόμενη σε τιμές κάτω των 600€, ενώ τη χρονιά 2017 ανήλθε σε τιμή 522,3€ έναντι 514,1€ που βρισκόταν το 2016 παρουσιάζοντας μια αύξηση του 1,6%. Το παραπάνω οφείλεται στις αλλαγές που παρουσιάστηκαν κατά τη διαμονή και διανυκτέρευση των τουριστών καθώς είχαμε μια μικρή αύξηση στη μέση διάρκεια παραμονής 0,5% και στην αύξηση της δαπάνης ανά διανυκτέρευση 1,1%. Όσον αφορά το μέσο μεταφοράς που επιλέγουν οι τουρίστες για να εισέλθουν στην Ελλάδα η εικόνα του 2017 είναι παρόμοια με προηγούμενων ετών έχοντας επιλεγεί σε ποσοστό 66% του συνολικού αριθμού αφίξεων το αεροπλάνο, σε ποσοστό 30,4% κάποιο οδικό μέσο μεταφοράς και 3,6% κάποιο θαλάσσιο μέσο ενώ η χρησιμοποίηση του τρένου ως μέσο μεταφοράς στη χώρα μας είναι απειροελάχιστη (ICAP, 2017. INSETE, 2019).

Πίνακας 6: Εισερχόμενος Τουρισμός 2017

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017				
	Αφίξεις	%	Εσοδα (€)	%
Ιαν	520.436	2%	156.745.700	1%
Φεβ	444.404	2%	134.220.234	1%
Μαρ	627.577	2%	190.160.000	1%
Απρ	1.009.699	4%	455.766.000	3%
Μαί	1.982.124	7%	1.043.583.000	7%
Ιουν	3.356.286	12%	1.949.939.000	14%
Ιούλ	5.141.621	19%	2.881.923.000	20%
Αυγ	5.813.441	21%	3.489.988.000	25%
Σεπ	4.639.734	17%	2.364.914.000	17%
Οκτ	2.355.849	9%	1.128.518.000	8%
Νοε	740.535	3%	218.929.000	2%
Δεκ	562.475	2%	187.854.000	1%
Σύνολο	27.194.181	100%	14.202.539.934	100%
Αεροπορικώς	17.946.012	66%		
Οδικώς	8.267.454	30%		
Σιδηρ/μικώς	11.227	0%		
Θαλασσίως	969.488	4%		

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΤΣΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence

Κάνοντας αναδρομή στο παρελθόν, πιο συγκεκριμένα τις τελευταίες τέσσερις δεκαετίες, ξεκινώντας με την δεκαετία του 1970 παρατηρήθηκε ιδιαίτερη αύξηση στις κλίκες υψηλών κατηγοριών, τη δεκαετία του 1980 παρατηρήθηκε το αντίθετο καθώς είχαμε αύξηση στις κλίκες πιο μικρών κατηγοριών. Την επόμενη δεκαετία, του 1990 είχαμε μια κρίση στον Ελληνικό τουρισμό που είχε ως αποτέλεσμα μεγάλη μείωση στην ίδρυση νέων ξενοδοχειακών μονάδων το οποίο και οδήγησε στην ανακαίνιση, επέκταση και εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων. Τη δεκαετία του 2000, παρατηρήθηκε παρόμοιο φαινόμενο ιδιαίτερα στην Αττική με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα. Παρατηρώντας τα

παραπάνω δεδομένα, παρατηρείται στην Ελλάδα για τη περίοδο 1960-2000 μια διαχρονική αύξηση του δείκτη αφίξεων ανά ξενοδοχειακή κλίνη. Το έτος 2013 παρατηρείται συνεχής αύξηση, φτάνοντας στο έτος 2016 όπου ο δείκτης με αφίξεις 31.5 ανά κλίνη φτάνει την υψηλότερη τιμή του. (ICAP, 2017)

Πίνακας 7: Δείκτης αφίξεων ανά ξενοδοχειακή κλίνη 1960-2000

Έτος	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις / κλίνη
1960	400.000	55.000	7,3
1970	1.455.000	119.000	12,2
1980	5.271.000	278.000	19,0
1990	9.310.000	423.660	22,0
2000	13.567.453	586.372	23,1
2010*	15.007.490	763.407	19,7
2011*	16.427.247	763.668	21,5
2012*	15.517.621	771.271	20,1
2013*	17.919.580	773.445	23,2
2014*	22.033.463	780.721	28,2
2015*	23.599.455	784.315	30,1
2016*	24.800.000**	788.553	31,5

* αφίξεις μη κατοίκων
 ** εκτίμηση ΣΕΤΕ

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ/Σ.Ε.Ε.

6.2.1 Αφίξεις των κυριότερων αγορών αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα παρατηρείται από το 2013 και μετά συνεχής αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών γεγονός που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό ισχυρό και ανεπηρέαστο μπροστά στην οικονομική κρίση που διανύει η χώρα. Αυτό οφείλεται κυρίως:

α) στη τοποθέτηση της Ελλάδας στις ασφαλείς χώρες ως τουριστικός προορισμός έναντι άλλων τουριστικών χωρών όπου λόγω τρομοκρατίας ή γεωπολιτικών αναταράξεων λαμβάνουν αρνητικές συνέπειες στον τουρισμό

β) στην αύξηση του επιπέδου ανταγωνιστικότητας διεθνώς που ενδυναμώνεται όλο και περισσότερο λόγω της συναλλαγματικής ισοτιμίας του Ευρώ.

γ) στις μεταφορές αλλά και επικοινωνίες όπου βελτιώθηκαν οι υποδομές τους με αποτέλεσμα να αναβαθμίσουν ευρύτερες περιοχές πανελλαδικά, τις οποίες και ενδυνάμωσαν αφού τις ανέδειξαν σε τουριστικό επίπεδο.

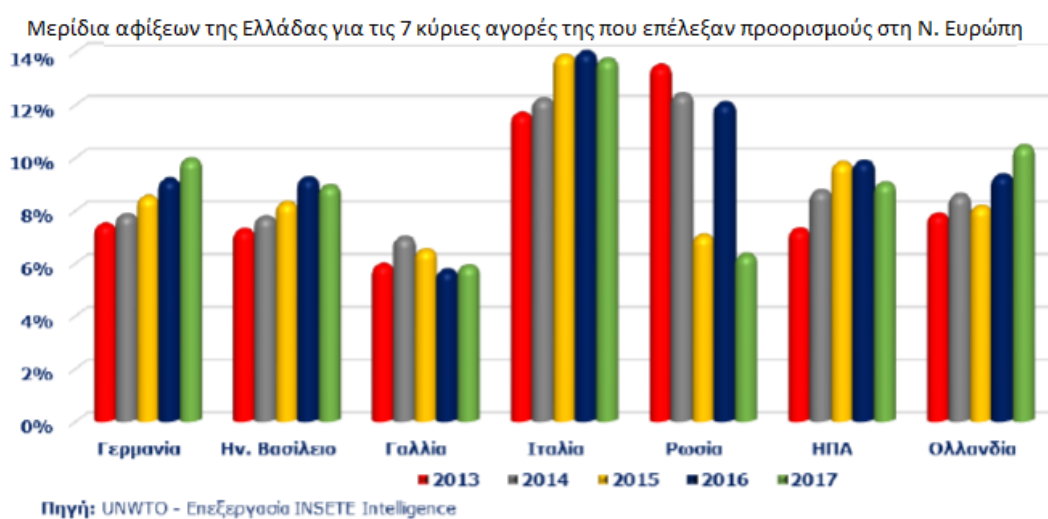
δ) στην ενίσχυση της οικονομίας των χωρών καταγωγής των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.

ε) στην αναβάθμιση του δυναμικού των ξενοδοχείων και τη βελτίωση της ποιότητας προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών από όλα τα είδη τουριστικών καταλυμάτων καθώς και επιχειρήσεων εστίασης της χώρας (ICAP, 2017).

Την περίοδο 2013-2017 καταγράφηκε στην Ελλάδα αύξηση 51,8% του εισερχόμενου τουρισμού η οποία αποτυπώνεται στα μερίδια αφίξεων που καταγράφηκαν στην χώρα με ποσοστό 44% ως προς τις 7 κύριες αγορές της.

Ως πρώτη σημαντική αγορά για το ελληνικό τουριστικό προϊόν επικρατεί η Γερμανία, η οποία καταγράφει μια διαρκή αύξηση την περίοδο 2013-2017. Το 2013 αφίχθηκαν στη χώρα 2,3 εκατ. Γερμανοί, το 2015 2,8 εκατ. φτάνοντας το 2017 στα 3,7 εκατ. Κατά τη διάρκεια των τεσσάρων αυτών ετών παρατηρήθηκε δηλαδή μια αύξηση της τάξεως από 7,5% σε 9,9%. Η δεύτερη σημαντική αγορά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι το Ην. Βασίλειο, όπου καταγράφηκε συνεχής αύξηση τη περίοδο 2013-2016 έχοντας το 2013 αφίξεις 1,8 εκατ. Βρετανούς, το 2015 2,4 εκατ. και το έτος 2016 2,9 εκατ. Επίσης σημαντικό γεγονός που σημειώθηκε την ίδια χρονική περίοδο είναι ότι η Ελλάδα έλαβε συνεχή αύξηση στον εισερχόμενο τουρισμό από την Βρετανία με ποσοστό 62,6% έναντι των υπολοίπων τουριστικών προορισμών της Νοτίου Ευρώπης που έλαβαν 29,8%. Τρίτη σημαντική αγορά είναι η χώρα Γαλλία, όπου παρατηρήθηκε διαρκής αύξηση την περίοδο 2013-2014 έχοντας αφίξεις 1,2 εκατ. Γάλλων τουριστών το έτος 2013 και 1,5 εκατ. το 2014, μια αύξηση δηλαδή από 5,9% σε 7,0%. Τη περίοδο 2014-2016 παρουσίασε μια μείωση από 7,0% με 1,5 εκατ. αφίξεις σε 5,7% με 1,3 εκατ. αφίξεις. Ενώ τη χρονιά 2017 κατέγραψε μια μικρή αύξηση φτάνοντας το 5,9% έχοντας 1,4 εκατ. αφίξεων Γάλλων τουριστών. Ακολουθεί ως κυρία σημαντική αγορά η Ιταλία καταγράφοντας συνεχή αύξηση στον εισερχόμενο τουρισμό την περίοδο 2013-2016 φτάνοντας στην Ελλάδα το 2013 964 χιλ. Ιταλοί ενώ 1,4 εκατ. το 2016, μια αύξηση δηλαδή από 11,7% σε 14%. Το έτος 2017 παρατηρήθηκε μια οριακή μείωση επισκεψιμότητας των Ιταλών από 14,0% σε 13,7%, βέβαια αξίζει να αναφερθεί ότι για την ίδια χρονιά μετά την Ισπανία με μερίδιο 40,2%, η Ιταλία κατατάσσει την Ελλάδα ως 2^ο δημοφιλέστερο προορισμό της Ν. Ευρώπης. Όσον αφορά την Ολλανδία, αποτελεί και αυτή με τη σειρά της κύρια αγορά, παρουσιάζοντας με εξαίρεση το έτος 2015 μια συνεχή αύξηση κατά τη περίοδο 2013-2017 ξεκινώντας το 2013 από 7,9% (581 χιλ.) καταλήγοντας το 2017 σε 10,4% (947 χιλ.) Ολλανδούς. Επίσης, καταγράφηκε μια αύξηση 63,1% στον

εισερχόμενο τουρισμό από την Ολλανδία, πολύ μεγαλύτερη συγκριτικά με τους υπόλοιπους προορισμούς της Ν. Ευρώπης που κυμάνθηκε στο 19,3%.



Διάγραμμα 2: Μερίδια αφίξεων της Ελλάδας για τις 7 κύριες αγορές της που επέλεξαν προορισμούς στη Ν.Ευρώπη

Σημαντική αγορά του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί η χώρα Ρωσία, βέβαια εξαιρώντας το έτος 2016 καταγράφεται μείωση του εισερχόμενου τουρισμού από την εν λόγω χώρα κατά τη περίοδο 2013-2017 όπου το 2013 αφίχθηκαν 1,4 εκατ. Ρώσοι έχοντας μερίδιο αγοράς η Ελλάδα 13,5% ενώ το 2017 αφίχθηκαν 589 χιλ. Ρώσοι και το μερίδιο αγοράς έπεσε στο 6,3%. Η πτωτική αυτή τάση αφίξεων από τη Ρωσία οφείλεται κυρίως σε μεταβολές της ισοτιμίας του συναλλάγματος των δυο χωρών. 7^η κύρια αγορά για τον Ελληνικό τουρισμό αποτελούν οι ΗΠΑ, παρατηρήθηκε συνεχής αύξηση για την περίοδο 2013-2016 όπου καταγράφοντας 467 χιλ. αφίξεις Αμερικανών τουριστών το 2013 έφτασε στις 779 χιλ. το έτος 2016. Συγκρίνοντας την αγορά των ΗΠΑ με τις υπόλοιπες αγορές κατά τη διάρκεια 2013-2016 κατέγραψε τη μεγαλύτερη αύξηση στα ταξίδια με προορισμό την Ν. Ευρώπη ποσοστό 49,5% λόγω συναλλαγματικής ισοτιμίας (INSETE, 2019).

6.2.2 Εξάρτηση & διείσδυση ως προς τις αφίξεις

Εξετάζοντας τον βαθμό εξάρτησης του Ελληνικού τουρισμού από κάθε αγορά δηλαδή το ποσοστό των τουριστών μιας αγοράς που επέλεξαν την χώρα μας ως προς το σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού, στην Ελλάδα παρατηρούμε ότι για τα έτη 2013 και 2017 η Ελλάδα εξαρτάται σε μεγαλύτερο βαθμό από την αγορά της

Γερμανίας έχοντας βαθμό εξάρτησης 12,7% το 2013 και 13,6% το 2017 και από την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου με βαθμό εξάρτησης 10,3% τη χρονιά 2013 και 11% τη χρονιά 2017 το οποίο είναι αναμενόμενο αφού όπως προαναφέρθηκε αποτελούν τις δυο σημαντικότερες και μεγαλύτερες αγορές του Ελληνικού τουρισμού. Ακολουθεί η Βουλγαρία αποτελώντας την 3^η αγορά ως προς το βαθμό εξάρτησης της Ελλάδα με 9,4% το 2017 από 3,9% το 2013 και συνεχίζοντας για το έτος 2017 οι παρακάτω χώρες, Βόρεια Μακεδονία (5,8%) Ιταλία (5,3%) Γαλλία (5,2%) Ρουμανία (4,2%) Σερβία (4%) Τουρκία (3,6%) Ολλανδία (3,5%) ΗΠΑ (3,2) Αλβανία (3%).

Εξετάζοντας τη διείσδυση το μερίδιο δηλαδή των εξερχόμενων ταξιδιωτών μιας χώρας που επισκέπτονται την Ελλάδα ως προς το σύνολο των ταξιδιωτών της ίδιας χώρας που επέλεξαν άλλους προορισμούς στη Ν. Ευρώπη παρατηρούμε ότι για το έτος 2017 η Ελλάδα εμφανίζει τα μεγαλύτερα ποσοστά διείσδυσης κυρίως στις γειτονικές αγορές όπως Κύπρος 88,3% Αλβανία 68,4% Βόρεια Μακεδονία 61,4% Βουλγαρία 48,4% Τουρκία 45,7% Σερβία 45% Ρουμανία 32,3% οι οποίες εξαιρώντας τις χώρες Κύπρος και Τουρκία οι υπόλοιπες χώρες αποτελούν αγορές χαμηλής μέσης κατακεφαλήν δαπάνης. (ΙΝΣΕΤΕ, 2019).

6.3 Διανυκτερεύσεις στις τουριστικές μονάδες

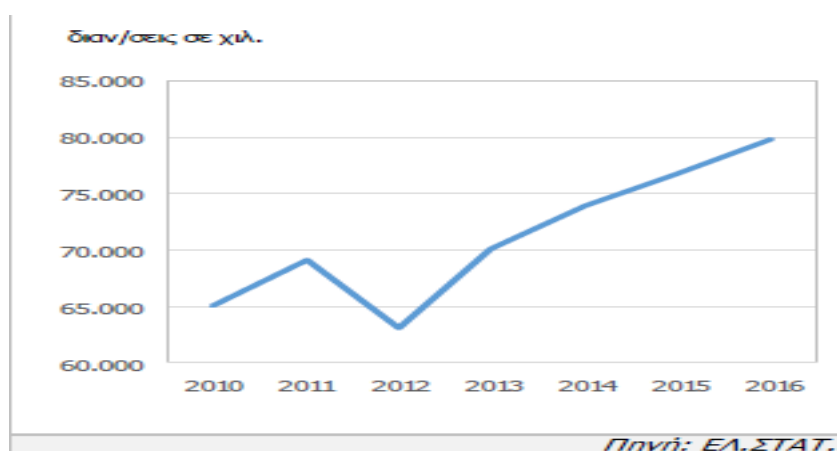
Οι εισερχόμενοι τουρίστες στην Ελλάδα διαμένοντας στα διάφορα ξενοδοχειακά καταλύματα εμφάνισαν για το έτος 2016 μια αύξηση 4,1% στις συνολικές διανυκτερεύσεις συγκριτικά με το 2015 φτάνοντας ταις 79,9 εκατ. τοποθετώντας τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούνιος – Σεπτέμβριος ως επικρατέστερους αφού συγκέντρωσαν όλοι μαζί το 70% των συνολικών διανυκτερεύσεων για το 2016.

Πίνακας 8: Διανυκτερεύσεις & πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων 2002-2016

Έτος	Σύνολο Διανυκτερεύσεων	Πληρότητα (%)
2002	55.840.611	61,7
2003	54.502.104	60,7
2004	51.589.793	55,6
2005	54.017.256	58,6
2006	56.707.728	59,8
2007	64.085.254	57,0
2008	64.073.727	56,7
2009	64.292.443	51,1
2010	65.059.095	48,1
2011	69.138.050	48,3
2012	63.054.739	43,2
2013	70.089.017	45,2
2014	73.951.641	47,3
2015	76.772.113	49,1
2016	79.885.024	50,1

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Η πλειοψηφία των πελατών που διανυκτερεύουν στα ξενοδοχεία της χώρας ήταν εισερχόμενοι αλλοδαποί τουρίστες κατέχοντας το 83% των συνολικών διανυκτερεύσεων για την ίδια χρονιά.



Διάγραμμα 3: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχειακά καταλύματα 2010-2016

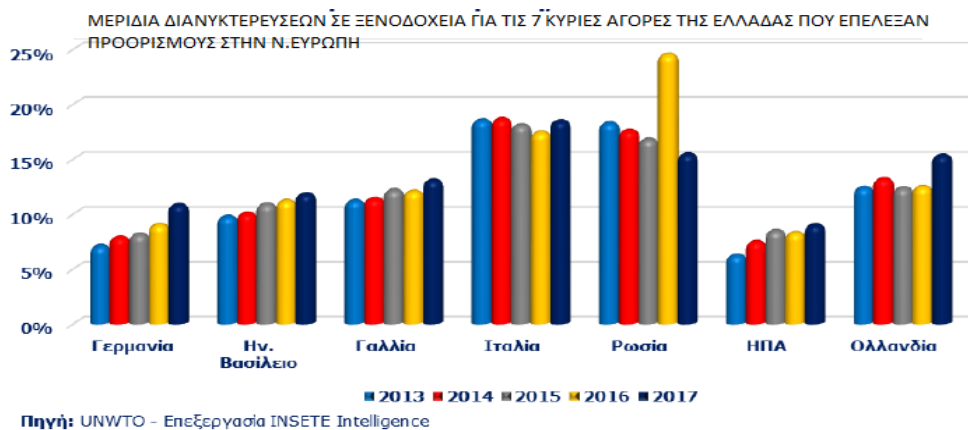
Η μέση ετήσια πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Ελλάδας καταγράφηκε στο 50,1% το 2016 ενώ 49,1% το 2015, εμφανίζοντας τις υψηλότερες τιμές τα ξενοδοχεία της Κρήτης (65%). Η περιφέρεια της Κρήτης κατείχε για το έτος 2016 και το μεγαλύτερο αριθμό σε διανυκτερεύσεις κατά γεωγραφική περιφέρεια (28,6%) και ακολουθεί το Ν.Αιγαίο με (23,6%). Ενώ, η περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας βρέθηκε πρώτη στις διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό (17,5%). Αναφορικά με το έτος 2017 οι

διανυκτερεύσεις ανήλθαν περίπου στα 210 εκατ. μια αύξηση 10% έναντι 190 εκατ. που καταγράφηκαν το 2016 (ICAP, 2017).

6.3.1 Διανυκτερεύσεις των κυριότερων αγορών αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα

Κατά τη χρονική περίοδο 2013-2017 η αύξηση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα καταγράφεται και στα μερίδια που κατέχει στις 7 κύριες αγορές της. Ως προς το σύνολο των συνολικών προορισμών της Νοτίου Ευρώπης το μερίδιο που κατείχε η Ελλάδα στις διανυκτερεύσεις αναφορικά με τις αγορές αυτές ήταν 59,9%. Ειδικότερα, στη χώρα Γερμανία που αποτελεί την 1^η κύρια αγορά της για την περίοδο 2013-2017 παρατηρήθηκε συνεχής αύξηση με 13,2 εκατ. διανυκτερεύσεις το 2017 έναντι 8,5 εκατ. το 2013 καθώς και για την ίδια περίοδο αύξηση στον αριθμό των διανυκτερεύσεων από τη Γερμανία κατά 56,2%. Το Ηνωμένο Βασίλειο 2^η κύρια αγορά, για την ίδια χρονική περίοδο παρουσίασε και αυτό διαρκή αύξηση από 8,3 εκατ. διανυκτερεύσεις και μερίδιο 9,8% το έτος 2013 στα 12 εκατ. και 11,9% το 2017 καθώς και η αύξηση των διανυκτερεύσεων στη χώρα μας συγκριτικά με τους υπολοίπους Ευρωπαϊκούς προορισμούς ήταν με διαφορά υψηλότερη της τάξεως +43,5% έναντι +15,9%. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι αναφορικά με το Ην.Βασίλειο, το 2^ο μεγαλύτερο μερίδιο των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα μετά την Ισπανία το κατείχε η Ελλάδα για τις χρονιές 2015, 2016, 2017. Η επόμενη κύρια αγορά, η χώρα Γαλλία εξαιρώντας το 2016 που εμφάνισε μια ελαχίστη μείωση στο μερίδιο αγοράς, τα υπόλοιπα έτη είχε συνεχή αύξηση στις διανυκτερεύσεις με μερίδιο 11,2% το 2013 φτάνοντας στο 13,1 το 2017. Εμφανή διαφορά έχει αύξηση στις διανυκτερεύσεις των Γάλλων τουριστών στη χώρα μας όπου ήταν 35,8% ενώ στους υπόλοιπους προορισμούς της Ευρώπης καταγράφηκε στο 14,3% (INSETE, 2019).

Μελετώντας τις επόμενες κύριες αγορές η αγορά της Ιταλίας δεν εμφάνισε συνεχή αύξηση στις διανυκτερεύσεις για τη περίοδο 2013-2017. Συγκεκριμένα από το 2013 έως το 2015 καταγράφηκε μια οριακή αύξηση από 18,6% και 2,5 εκατ. σε 18,7 και 2,7 εκατ. αντίστοιχα. Το 2016-2017 καταγράφηκε αύξηση από 17,5% και 2,8 εκατ. σε 18,5% και 3,0 εκατ. διανυκτερεύσεις.



Διάγραμμα 4: Μερίδια διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία για τις 7 κύριες αγορές της Ελλάδας που επέλεξαν προορισμούς στη Ν. Ευρώπη

Στην αγορά της Ρωσίας το μερίδιο αγοράς παρουσίασε μείωση το 2015 με 16,8% από 18,3% που βρισκόταν το 2013, ενώ το 2016 αυξάνεται με διαφορά και καταγράφεται σε 24,6% με 5,1 εκατ. διανυκτερεύσεις. Η παραπάνω αύξηση ερμηνεύεται στο γεγονός ότι παρουσιάστηκε μείωση στις διανυκτερεύσεις από τη Ρωσία στους υπόλοιπους Ευρωπαϊκούς προορισμούς της τάξεως -35,6% ενώ ταυτόχρονα αύξηση προς την χώρα μας +3,7% από Ρώσους ταξιδιώτες. Το 2017 καταγράφηκε μείωση στο μερίδιο της Ελλάδας έχοντας ποσοστό 15,5% λόγω της αύξησης στους υπόλοιπους ταξιδιωτικούς προορισμούς της Ν. Ευρώπης αλλά αύξηση στις διανυκτερεύσεις 11,2% με 5,7 εκατ. Το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας από τις ΗΠΑ για τη περίοδο 2013-2017 εξαιρώντας το 2016 παρουσίασε συνεχή αύξηση με 9,0% και 1,9 εκατ. διανυκτερεύσεις το 2016 έναντι 6,3% και 1,1 εκατ. το 2013. Για την ίδια περίοδο οι διανυκτερεύσεις των Αμερικάνων ταξιδιωτών αυξήθηκαν κατά 71,8% μια εντυπωσιακή αύξηση συγκριτικά με την αντίστοιχη των υπόλοιπων προορισμών της Ν. Ευρώπης που ήταν 15,6%. Όσον αφορά την αγορά της Ολλανδίας το μερίδιο της χώρας μας παρουσίασε αυξομειώσεις για την περίοδο 2013-2017, έχοντας αύξηση το 2013-2014 από 12,4% σε 13,2%, το έτος 2015 παρουσίασε πτώση φτάνοντας το 12,4% καταλήγοντας στο έτος 2017 που αυξήθηκε στο 15,4% με 3,3 εκατ. διανυκτερεύσεις. Ενώ, αναφορικά με τις συνολικές διανυκτερεύσεις των Ολλανδών τουριστών καταγράφηκε αύξηση επιπέδου 27,2% για τη περίοδο 2013-2017 (INSETE, 2019).

6.3.2 Εξάρτηση & διείσδυση ως προς τις διανυκτερεύσεις

Εξετάζοντας το βαθμό εξάρτησης του Ελληνικού Τουρισμού ως προς τις διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα από την κάθε αγορά παρατηρούμε ότι για τα έτη 2013 και 2017 η μεγαλύτερη εξάρτηση της χώρας όπως διαπιστώθηκε και στις αφίξεις αποτυπώνεται από τη Γερμανία και το Ην. Βασίλειο οι οποίες αποτελούν μαζί το 1/3 των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα. (34,3%). Στη Γερμανία αυξήθηκε το μερίδιο από 14,8% το 2013 σε 18,0% το 2017 με 4,8 εκατ. διανυκτερεύσεις ενώ στο Ην. Βασίλειο από 14,6% σε 16,3% αντίστοιχα με 3,6 εκατ. διανυκτερεύσεις. Η Ρωσία αποτελεί την 3^η αγορά που η Ελλάδα είναι εξαρτώμενη της με μερίδιο 7,8% και 2,4 εκατ. διανυκτερεύσεις και ακολουθούν κατά βαθμό εξάρτησης για το έτος 2017 οι χώρες Γαλλία (6,7%), Πολωνία (4,5%), Ολλανδία (4,5%), Σουηδία (4,2%) Ιταλία (4,1).

Εξετάζοντας το βαθμό διείσδυσης της Ελλάδας ως προς τις διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα παρατηρούμε ότι η Ελλάδα παρουσίασε αύξηση της διείσδυσης της τα έτη 2013, 2017 έχοντας μεγαλύτερη διείσδυση και στα δύο έτη στην αγορά της Κύπρου με ποσοστό 75,6% το 2013 και 41,4% το 2017. Δεύτερη αποτελεί η αγορά της Βουλγαρίας ξεκινώντας από 39,1% το 2013 φτάνοντας στο 41,4% το 2017. Ενώ 3^η κατά σειρά είναι η αγορά της Ρουμανίας με 37,2% το 2013 και 35,5% το 2017. Ακολουθούν για το έτος 2017 κατά βαθμό διείσδυσης οι χώρες Τσεχία (24,8%), Φινλανδία (24,1%) Τουρκία (23,3%) Πολωνία (23,0%) Σουηδία (21,9%) Δανία (21,0%), Ιταλία (18,5%), Ρωσία (15,5%), Ολλανδία (15,4%), Γαλλία (13,1%), Βέλγιο (12,5%), Ην. Βασίλειο (11,9%), Γερμανία (10,9%) και Ουγγαρία (10,9%) (INSETE, 2019).

6.4 Η προσφορά των ξενοδοχειακών υπηρεσιών

Το επίπεδο προσφοράς των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα και η δυναμικότητα του κλάδου παρουσιάζει αυξητική πορεία κατά τη διάρκεια των ετών. Το έτος 2002 λειτούργησαν στη χώρα 8.510 ξενοδοχειακές μονάδες φτάνοντας στο 2016 να καταγράφεται αύξηση 14,3% με 9.730 ξενοδοχεία να βρίσκονται σε λειτουργία εκ των οποίων τα περισσότερα ανήκουν στην κατηγορία δύο αστέρων

κατέχοντας μερίδιο 41% του συνολικού ξενοδοχειακού δυναμικού, στο οποίο ανήκουν 3.990 ξενοδοχεία. Αναφορικά με το έτος 2017 καταγράφηκε μια οριακή αύξηση στα ξενοδοχειακά καταλύματα με 9.783 να βρίσκονται σε λειτουργία, και η μέση ξενοδοχειακή μονάδα διαμορφώθηκε με 42 δωμάτια και 82 κλίνες.

Πίνακας 9: Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας 2002-2016

Εξέλιξη του ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2002-2016)	
Έτος	Σύνολο μονάδων
2002	8.510
2003	8.689
2004	8.899
2005	9.036
2006	9.111
2007	9.207
2008	9.385
2009	9.559
2010	9.732
2011	9.648
2012	9.670
2013	9.677
2014	9.745
2015	9.757
2016	9.730

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Την περίοδο 2016-2017 ο αριθμός των ξενοδοχειακών κλινών παρουσίασε μια μικρή αύξηση από 788.553 κλίνες για το έτος 2016 σε 806.045 το έτος 2017. Όσον αφορά την γεωγραφική κατανομή των κλινών, για το 2016 λειτούργησαν στο Νότιο Αιγαίο με μερίδιο 24,8% επί του συνόλου 195.247 κλίνες και με μερίδιο 21,8% και 171.516 κλίνες ακολούθησε η Κρήτη. Εξετάζοντας την γεωγραφική κατανομή ανά κατηγορία ξενοδοχείου διαπιστώθηκε το Νότιο Αιγαίο να επικρατεί αριθμητικά στη κατηγορία των τριών, τεσσάρων, και πέντε αστέρων κατέχοντας μερίδιο 20,3%, 32% και 29,7% επί του συνόλου των κλινών αυτών της κάθε κατηγορίας αντίστοιχα (ICAP, 2017).

Πίνακας 10: Γεωγραφική κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας 2016

Γεωγραφική κατανομή του Ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2016)			
Περιφέρεια	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
Αν. Μακεδονία - Θράκη	379	10.833	21.324
Αττική	649	31.701	59.022
Βορ. Αιγαίο	382	11.617	21.944
Δυτ. Ελλάδα	269	9.686	18.821
Δυτ. Μακεδονία	126	2.914	6.090
Ήπειρος	411	8.453	16.831
Θεσσαλία	568	14.826	29.101
Ιόνια Νησιά	930	47.888	92.350
Κεντρ. Μακεδονία	1.195	45.494	89.788
Κρήτη	1.568	89.845	171.516
Νοτ. Αιγαίο	2.068	99.687	195.247
Πελοπόννησος	660	19.082	37.614
Στερεά Ελλάδα	525	15.120	28.905
Σύνολο	9.730	407.146	788.553

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί πως σημαντικό ρόλο στη προσφορά και στο ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας παίζει και ο τομέας της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων το λεγόμενο Airbnb, το οποίο αντιπροσωπεύει και φαίνεται να εξυπηρετεί αυτόνομες οικογένειες τουριστών ή ταξιδιώτες που προτιμούν υπηρεσίες χαμηλού κόστους. Από πλευράς διανυκτερεύσεων αντιπροσωπεύει το 10% της συνολικής προσφοράς αυτών ανά κλίνη όπου βρίσκεται κυρίως συγκεντρωμένο στις πόλεις. Ειδικότερα, το έτος 2017 στη ελληνική τουριστική αγορά προσέφερε περίπου 96 χιλ. κλίνες και οι περισσότερες εξ αυτών λειτούργησαν στην Κρήτη η οποία και αντιπροσωπεύει το 30% επί του συνόλου, ακολουθεί η Αθήνα με μερίδιο 17%. Η προσφορά συγκεντρώθηκε κυρίως στις αστικές πόλεις με διάρκεια μίσθωσης από 1 μήνα έως 3 ή ακόμη και 1 έτος, ενώ η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη για το 2017 κατέγραψαν κρατήσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (PWC, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΓΟΡΑ & ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

7.1 Η εγχώρια αγορά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Το μέγεθος της αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Ελλάδας που αφορά τις τουριστικές μονάδες πολυτελείας L' (luxury) A' B' αναλύεται από το 1998 έως το 2016 αφού μεταγενέστερη μελέτη του κλάδου δεν έχει δημοσιοποιηθεί για τις εν λόγω κατηγορίες και τις εξεταζόμενες ξενοδοχειακές μονάδες του Νομού Χαλκιδικής.

Από το 2013 και ύστερα παρατηρείται συνεχής ανοδική πορεία στο συνολικό μέγεθος της αγοράς αφού αυξήθηκε σταθερά και η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα., με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης για τη περίοδο 2013 – 2017 5,5%, ενώ για το 2015-2016 καταγράφηκε αύξηση 3,4%. Όσον αφορά την αξία της αγοράς ανά κατηγορία επιχειρήσεων παρατηρήθηκε για το μέγεθος της αγοράς των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται ως ξενοδοχεία πολυτελείας (L') για το 2016 σε ποσό 1.470 εκατ. ευρώ ή +3,5% αυξημένο συγκριτικά με το 2015. Στην κατηγορία των ξενοδοχείων A' κατηγορίας η αξία της αγοράς αυτών εκτιμήθηκε σε ποσό 1.740 εκατ. ευρώ για το 2016 ή 3% αυξημένο συγκριτικά με το 2015. Ενώ για τις επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται τα ξενοδοχεία B' κατηγορίας η αξία της αγοράς αυτής εκτιμήθηκε σε 760 εκατ. ευρώ για το 2016 ή σημειώνοντας 4,1% αύξηση έναντι του 2015.

Το μεγαλύτερο μερίδιο στη συνολική αξία της εγχώριας ξενοδοχειακής αγοράς ανήκει στα ξενοδοχεία A' κατηγορίας κατέχοντας το 43,8%. Στα ξενοδοχεία πολυτελείας (L') ανήκει το μερίδιο 37% ενώ τα B' κατηγορίας κατέχουν το 19,2% (ICAP, 2017).

Πίνακας 11: Μέγεθος αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων L, A, B 1998-2016

Έτος	L'	A'	B'	Σύνολο	Μεταβολή (%)
1998	366.800	909.800	528.200	1.804.800	-
1999	381.500	1.027.100	557.600	1.966.200	8,9
2000	440.200	1.100.500	601.600	2.142.300	9,0
2001	465.600	1.154.900	639.600	2.260.100	5,5
2002	461.000	1.120.000	618.000	2.199.000	-2,7
2003	455.100	1.080.000	590.000	2.125.100	-3,4
2004	634.100	1.017.000	550.500	2.201.600	3,6
2005	728.900	1.120.000	655.100	2.504.000	13,7
2006	900.000	1.300.000	620.000	2.820.000	12,6
2007	1.100.000	1.500.000	660.000	3.260.000	15,6
2008	1.150.000	1.580.000	700.000	3.430.000	5,2
2009	1.000.000	1.320.000	660.000	2.980.000	-13,1
2010	980.000	1.270.000	600.000	2.850.000	-4,4
2011	1.080.000	1.400.000	620.000	3.100.000	8,8
2012	1.010.000	1.330.000	570.000	2.910.000	-6,1
2013	1.170.000	1.490.000	630.000	3.290.000	13,1
2014	1.400.000	1.640.000	720.000	3.760.000	14,3
2015	1.420.000	1.690.000	730.000	3.840.000	2,1
2016	1.470.000	1.740.000	760.000	3.970.000	3,4

7.2 Μερίδια αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων επί της συνολικής αξίας της αγοράς

Σύμφωνα με την ICAP για το έτος 2016 εξετάζοντας τους ισολογισμούς των ξενοδοχείων και υπολογίζοντας βάσει το συνολικό κύκλο εργασιών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στο αντίστοιχο σύνολο της αγοράς προκύπτει και το ανάλογο μερίδιο του ξενοδοχείου επί της συνολικής αξίας της αγοράς. Ενώ, πρέπει να σημειωθεί πως μελετήθηκαν και παρουσιάστηκαν ξενοδοχεία τα οποία είχαν για το 2016 κύκλο εργασιών άνω των 16,2€ εκατ.

Το μεγαλύτερο μερίδιο για το 2016 βάσει των κύκλο εργασιών της κάθε επιχείρησης κατέχει η αλυσίδα Grecotel έχοντας ποσοστό περίπου 4%. Δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο έχει για την ίδια χρονιά ο όμιλος Μήτση με ποσοστό περίπου 2,5% ενώ ακολουθεί η Atlantica Hotels έχοντας μερίδιο περίπου 2,0%. Αναφορικά με τα εξεταζόμενα ξενοδοχεία του Νομού Χαλκιδικής, ο όμιλος Σάνη βρίσκεται στη 5^η θέση στο μερίδιο αγοράς με ποσοστό 1,7% ενώ το Πόρτο Καρράς βρίσκεται στην 20^η στο μερίδιο αγοράς με ποσοστό 0,7%. Όσον αφορά το ξενοδοχείο Pomegranate δεν εμφανίζεται να κατέχει μερίδιο αφού ο κύκλος εργασιών του ήταν κάτω των 16,2 εκατ. € για το 2016 (ICAP, 2017).

Πίνακας 12: Μεριδία αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων βάσει του κύκλου εργασιών για το 2016

Εταιρεία / Όμιλος / Αλυσίδα	Μερίδιο (%)
GRECOTEL	≈4,0
ΟΜΙΛΟΣ ΜΗΤΣΗ	≈2,5
ΑΤΛΑΝΤΙΚΑ HOTELS	≈2,0
ΟΜΙΛΟΣ ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗ	≈1,7
ΣΑΝΗ Α.Ε.	1,7
ΟΜΙΛΟΣ ΣΜΠΩΚΟΥ	≈1,5
ΟΜΙΛΟΣ ALDEMAR	1,4
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΛΟΥΗΣ Α.Ε.	1,2
ΟΜΙΛΟΣ ΔΙΒΑΝΗ	1,1
Τ.Ε. ΜΕΣ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ Α.Ε.	1,1
ΛΑΜΨΑ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ	1,1
AQUIS HOTELS	≈1,0
AQUILA HOTELS	≈1,0
ΑΣΤΗΡ ΠΑΛΑΣ ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ Α.Ε.Ε.	0,8
ΕΣΠΕΡΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	0,8
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΧΑΝΔΡΗ (ΕΛΛΑΣ) Α.Ε.	0,7
ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	0,7
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕΤΑΞΑ (MARIS HOTELS)	≈0,7
ΑEGEAN STAR HOTELS	0,7
ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ Α.Ε.	0,7
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΦΩΚΑ (ELECTRA HOTELS)	0,7
ΑΘΗΝΑΙΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.	0,6
ΚΥΠΡΙΩΤΗΣ, Γ., & ΥΙΟΙ Α.Ε.	0,5
ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ, Ι., Α.Ε.	0,5
ΑΙΘΡΙΟΝ ΠΑΛΛΑΣ Α.Ε.	0,4
HELLAS HOLIDAY HOTELS Α.Ε.	0,4
ΤΟΞΟΤΗΣ Α.Ε.Ε.	0,4
ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ & ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	0,4
ΣΑΝΤΑ ΜΑΡΙΝΑ Α.Ε.Ε.Τ.Ε.Ε.	0,4

Πηγή: ICAP Group ΑΕ, Επιχειρήσεις του κλάδου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ

8.1 Ο Νομός Χαλκιδικής

Η Χαλκιδική αποτελεί μια μεγάλη χερσόνησο του Νομού Μακεδονίας η οποία βρίσκεται μεταξύ του Θερμαϊκού και του Στρυμονικού κόλπου. Επεκτείνεται σε τρεις μικρές χερσονήσους, τα λεγόμενα "πόδια" της Χαλκιδικής, την Κασσάνδρα (1^ο πόδι), τη Σιθωνία (2^ο πόδι) και το Άγιο Όρος ή Άθως (3^ο πόδι) τα οποία και καθιστούν την Χαλκιδική να έχει μια μοναδική γεωγραφικά σχηματική ιδιαιτερότητα καθώς και τις μεγαλύτερες σε μήκος ακτές (ύψους 550 χιλ.) συγκριτικά με τις υπόλοιπες χερσαίες περιοχές της Ελλάδας.

Η Χαλκιδική είναι ημιορεινή περιοχή καθώς το 25% του νομού αποτελείται από πεδινά εδάφη, το 51% από ημιορεινά ενώ το 24% από ορεινά. Όσον αφορά τα όρη της κάποια από τα πιο κύρια είναι ο Ίταμος ύψους 753μ, το Στρατονικό στα 823μ, ο Χολομών με 1,165μ και το πιο ψηλό όρος ο Άθως ύψους 2,033μ. Ο νομός Χαλκιδικής εκτείνεται σε 2.886 τετραγωνικά χιλιόμετρα, έχει πληθυσμό 107.432 κατοίκων (απογραφή 2001) κατανεμημένος σε 14 δήμους ενώ πρωτεύουσα του νομού είναι ο Πολύγυρος έχοντας πληθυσμό 6.000 κατοίκων περίπου.

Οι παραλίες της Χαλκιδικής κάθε χρόνο βραβεύονται για την ποιότητα τους και τα πεντακάθαρα νερά των ακτών τους με Γαλάζιες σημαίες. Ειδικότερα, το 2018 η Χαλκιδική βραβεύτηκε με 85 Γαλάζιες σημαίες κατέχοντας την πρωτιά σε όλη την Ελλάδα. Οι επιλογές για διαμονή στο νομό είναι πολλές καθώς υπάρχουν εξαιρετικές τουριστικές υποδομές. Ξεκινώντας από τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα είτε κάμπινγκ έως στις πολύ μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πολυτελείας που προσφέρουν μοναδικές υπηρεσίες. Οι επιλογές για δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της παραμονής στη Χαλκιδική είναι αρκετές καθώς υπάρχουν προγράμματα ψυχαγωγίας, προγράμματα για περίπατο, οργανωμένες εκδρομές, διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκατοντάδες προγράμματα ψυχαγωγίας που διοργανώνονται κάθε χρόνο. Επιπλέον, διοργανώνονται επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και σε παραδοσιακούς οικισμούς όπως και στο Άγιο Όρος το

οποίο είναι το μοναδικό ζωντανό Μουσείο Βυζαντινού πολιτισμού στον κόσμο. Τέλος, η νυχτερινή ζωή του νομού είναι μαγευτική με πολλές επιλογές για τον τουρίστα καθώς διαθέτει εκατοντάδες club-bar, beach bar τα οποία αποτελούν πόλο έλξης και ψυχαγωγίας ικανά να εξυπηρετήσουν οποιαδήποτε ηλικία. (www.pkm.gov.gr)

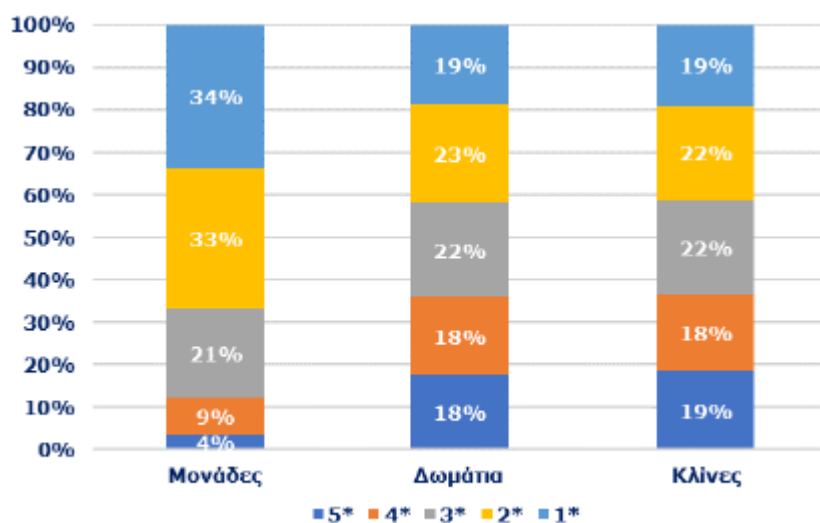
8.2 Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

Ο Νομός Χαλκιδικής με εξαίρεση το Άγιο Όρος το οποίο είναι αυτόνομη διοικητικά περιοχή, ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας διαθέτει στο σύνολο της 1.391 τουριστικές μονάδες έχοντας 47.480 δωμάτια και 97.851 κλίνες οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 12% των μονάδων, το 11% των δωματίων και το 11% των κλινών της Ελλάδας.

Την περίοδο 2010 – 2018 τα ξενοδοχειακά δωμάτια της Περιφέρειας αυξήθηκαν κατά 60% στα ξενοδοχεία 5 αστέρων, 11% στα ξενοδοχεία 4 αστέρων ενώ μειώθηκαν κατά 10% στα 2 αστέρων και 4% στα 1 αστέρων ξενοδοχεία. Αναφορικά με την κατανομή των δωματίων στις κατηγορίες βάσει των αστέρων των ξενοδοχείων έχουμε, για το 2018 στα ξενοδοχειακά δωμάτια το 18% να ανήκει σε 5 αστέρων ξενοδοχεία, το ίδιο ποσοστό (18%) ανήκει σε 4 αστέρων, το 22% σε 3 αστέρων, το 24% σε 2 αστέρων και το 19% στα ξενοδοχεία με 1 αστέρι.

Ειδικότερα, στις ξενοδοχειακές μονάδες της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας παρατηρείται με βάση την κατηγορία των αστεριών των ξενοδοχείων η εξής κατανομή : Το 34% των ξενοδοχείων αντιπροσωπεύεται από την κατηγορία με 1 αστέρι, το 33% το συγκεντρώνουν τα ξενοδοχεία 2 αστέρων, και το 21% τα ξενοδοχεία με 3 αστέρια. Αντίθετα, χαμηλά ποσοστά συγκέντρωσης στο ξενοδοχειακό δυναμικό εμφανίζουν τα 4 αστέρων ξενοδοχεία με 9% καθώς και τα 5 αστέρων με 4% συγκέντρωση. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί, ότι παρόλο που τα ξενοδοχεία των 5 αστέρων αντιπροσωπεύουν τις λιγότερες ξενοδοχειακές μονάδες της Περιφέρειας (4%), κατέχουν το 18% των δωματίων και το 19% των

κλινών φτάνοντας σχεδόν στα ίδια ποσοστά που έχουν τα ξενοδοχεία με 1 αστέρι στα δωμάτια και τις κλίνες.



Πηγή: ΜΗΤΕ, ΞΕΕ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Διάγραμμα 5: Περιφέρεια κεντρικής Μακεδονίας κατανομή των ξενοδοχειακών μονάδων - δωματίων - κλινών βάσει την κατηγορία αστερών, 2018

Όσον αφορά το ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού Χαλκιδικής, συγκεντρώνει τα μεγαλύτερα ποσά και επικρατεί στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, έχοντας τις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες, δωμάτια και κλίνες. Με λίγα λόγια η Περιφερειακή Ενότητα της Χαλκιδικής αντιπροσωπεύει το 53% των δωματίων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας έχοντας στο δυναμικό της 621 μονάδες, 25.121 δωμάτια και 53.155 κλίνες (INSETE, 2019).

Πίνακας 13: Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας ξενοδοχειακό δυναμικό (2018)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ							
Ξενοδοχειακό δυναμικό 2018							
Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Χαλκιδικής	Μονάδες	34	60	108	214	205	621
	Δωμάτια	6.188	5.198	4.875	4.922	3.938	25.121
	Κλίνες	13.921	10.818	10.101	10.055	8.260	53.155
Περίας	Μονάδες	4	17	57	177	204	459
	Δωμάτια	599	693	1.543	4.076	3.808	10.719
	Κλίνες	1.234	1.429	3.223	8.027	7.866	21.779
Θεσσαλονίκης	Μονάδες	11	28	39	33	39	150
	Δωμάτια	1.598	2.229	2.270	1.092	809	7.998
	Κλίνες	3.067	4.140	4.351	2.084	1.566	15.208
Πέλλας	Μονάδες	0	7	35	16	11	69
	Δωμάτια	0	184	760	283	203	1.430
	Κλίνες	0	388	1.574	596	433	2.991
Σερρών	Μονάδες	0	5	23	7	2	37
	Δωμάτια	0	279	510	161	95	1.045
	Κλίνες	0	610	1.065	317	193	2.185
Ημαθίας	Μονάδες	0	4	23	8	0	35
	Δωμάτια	0	78	504	182	0	764
	Κλίνες	0	169	1.098	359	0	1.626
Κιλκίς	Μονάδες	0	0	8	6	6	20
	Δωμάτια	0	0	174	140	89	403
	Κλίνες	0	0	424	323	160	907
Σύνολο	Μονάδες	49	121	293	461	467	1.391
	Δωμάτια	8.385	8.661	10.636	10.856	8.942	47.480
	Κλίνες	18.222	17.554	21.836	21.761	18.478	97.851

Πηγή: ΜΗΤΕ, ΕΕΕ - Επεξεργασία INSETTE Intelligence

8.2.1 Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

Κατά την περίοδο 2013 – 2018 οι αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα κατέγραψαν αύξηση 37% φτάνοντας το 2018 τις 22 εκατ. αφίξεις. Πιο συγκεκριμένα η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κατέγραψε αύξηση 26% φτάνοντας το 2018 στις 2,6 εκατ. αφίξεις έναντι των 2,0 εκατ. που είχε δεχτεί το 2013, αντιπροσωπεύοντας το 12% των συνολικών αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Ειδικότερα, για την ίδια περίοδο οι αυξήσεις αλλοδαπών τουριστών στα ξενοδοχεία της Περιφέρειας αυξήθηκαν κατά 37% φτάνοντας το 2018 τις 1,6 εκατ. αφίξεις, το ίδιο ισχύει και για τις αφίξεις των ημεδαπών τουριστών όπου αυξήθηκαν κατά 13% φτάνοντας το 2018 τις 1,0 εκατ. αφίξεις.

Πίνακας 14: Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά περιφέρεια 2013-2018

Περιφέρεια	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013 - 2018	%Δ
Κρήτης	3.066.087	3.250.910	3.316.404	3.706.861	3.993.924	4.361.962		42%
Αττικής	3.032.793	3.623.811	3.805.609	3.721.862	4.107.066	4.267.891		41%
Νοτίου Αιγαίου	2.767.706	3.029.920	3.211.252	3.301.280	3.698.691	3.976.452		44%
Κεντρικής Μακεδονίας	2.038.748	2.158.427	2.392.102	2.430.086	2.547.544	2.578.398		26%
Ιονίων Νήσων	1.147.073	1.244.552	1.375.479	1.490.856	1.717.806	1.763.942		54%
Πελοποννήσου	840.756	899.808	935.140	983.795	1.133.876	1.142.046		36%
Θεσσαλίας	741.114	783.215	814.656	813.763	923.834	972.442		31%
Δυτικής Ελλάδας	590.574	555.166	645.768	588.632	633.483	651.288		10%
Αν. Μακεδονίας & Θράκης	524.381	550.722	606.705	605.998	649.015	646.938		23%
Στερεάς Ελλάδας	457.482	481.002	513.600	541.231	598.656	609.729		33%
Ηπείρου	369.837	390.806	385.687	406.791	457.581	482.102		30%
Βορείου Αιγαίου	300.132	323.532	353.364	286.460	343.099	346.398		15%
Δυτικής Μακεδονίας	132.265	126.992	122.935	118.766	131.741	123.310		-7%
Ελλάδα	16.008.948	17.418.863	18.478.701	18.996.381	20.936.316	21.922.898		37%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Όσον αφορά τη Περιφέρεια Χαλκιδικής για τη περίοδο 2013 - 2018 κατέγραψε αύξηση της τάξεως 21% δηλαδή από 686 χιλ. που είχε δεχτεί το 2013 έφτασε τις 833 χιλ. αφίξεις το 2018. Για την ίδια περίοδο πρέπει να αναφερθεί ότι οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών στην Περιφέρεια Χαλκιδικής παρουσίασαν μείωση 12% καταγράφοντας το 2018 τις 109 χιλ. αφίξεις έναντι των 124 χιλ. του 2013. Μετά την Περιφέρεια Θεσσαλονίκης που καταγράφει για το 2018 το υψηλότερο μερίδιο αφίξεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα με μερίδιο 51%, η Περιφέρεια Χαλκιδικής καταγράφει για την ίδια χρονιά το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο 32% των αφίξεων (INSETE, 2019).

Πίνακας 15: Αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018

Ενότητα		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2013 - 2018	%Δ
Θεσσαλονίκης	Αλλοδαποί	430.811	505.398	557.419	547.178	607.401	619.567		44%
	Ημεδαποί	571.477	615.283	689.306	714.038	699.740	699.060		22%
Χαλκιδικής	Αλλοδαποί	561.573	566.869	622.691	623.731	675.648	724.350		29%
	Ημεδαποί	124.635	113.433	127.670	130.846	125.645	109.074		-12%
Πιερίας	Αλλοδαποί	117.873	122.577	131.935	134.937	156.137	172.716		47%
	Ημεδαποί	58.113	56.058	67.807	79.488	81.132	64.956		12%
Σερρών	Αλλοδαποί	13.284	14.244	14.020	17.513	20.691	21.227		60%
	Ημεδαποί	65.778	63.466	62.305	68.343	65.526	62.241		-5%
Ημαθίας	Αλλοδαποί	4.551	5.838	6.798	7.607	8.419	7.170		58%
	Ημεδαποί	32.997	37.217	45.352	48.336	46.981	39.307		19%
Πέλλας	Αλλοδαποί	4.091	4.221	5.142	3.409	4.649	4.785		17%
	Ημεδαποί	40.319	39.672	43.483	41.294	42.943	41.564		3%
Κιλκίς	Αλλοδαποί	2.444	3.279	7.230	4.167	3.472	4.477		83%
	Ημεδαποί	10.802	10.872	10.944	9.199	9.160	7.904		-27%
Σύνολο	Αλλοδαποί	1.134.627	1.222.426	1.345.235	1.338.542	1.476.417	1.554.292		37%
	Ημεδαποί	904.121	936.001	1.046.867	1.091.544	1.071.127	1.024.106		13%
Σύνολο Περιφέρειας		2.038.748	2.158.427	2.392.102	2.430.086	2.547.544	2.578.398		26%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

8.2.2 Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

Κατά τη περίοδο 2013 – 2018 οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας μας κατέγραψαν αύξηση 28% φτάνοντας το 2018 τις 90 εκατ. διανυκτερεύσεις. Στη Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας για το 2018 καταγράφηκαν 8,9 εκατ. διανυκτερεύσεις ενώ το 2013 είχαν καταγραφεί 7,5 εκατ. μια αύξηση δηλαδή 19% αντιπροσωπεύοντας για το 2018 το 10% των συνολικών διανυκτερεύσεων (αλλοδαποί και ημεδαποί) σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Πιο συγκεκριμένα, οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα ξενοδοχεία της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας καταγράφηκαν σε 6,7 εκατ. για το 2018 ενώ το 2013 είχαν καταγραφεί σε 5,5 εκατ. διανυκτερεύσεις, μια αύξηση της τάξεως 22%. Αύξηση παρουσιάστηκε και στις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών, έχοντας 2,2 εκατ. διανυκτερεύσεις ημεδαπών το 2018 έναντι των 2,0 εκατ. που είχαν καταγραφεί το 2013 δηλαδή +12%.

Πίνακας 16: Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ελλάδα ανά Περιφέρεια 2013-2018

Περιφέρεια	2013	2014	2015	2016	2017	2018	%Δ 2013 - 2018
Κρήτης	20.101.304	20.593.775	21.094.955	22.807.734	24.473.913	25.083.261	25%
Νοτίου Αιγαίου	17.319.632	17.848.265	18.807.465	18.833.749	21.310.044	22.439.895	30%
Ιονίων Νήσων	7.723.344	7.932.618	8.394.831	9.134.553	9.885.033	10.231.098	32%
Αττικής	6.432.242	7.824.796	7.994.126	8.003.823	8.833.584	9.098.555	41%
Κεντρικής Μακεδονίας	7.475.156	7.925.296	8.194.395	8.367.559	9.086.001	8.886.343	19%
Πελοποννήσου	2.213.720	2.425.776	2.479.313	2.804.252	3.091.937	3.106.093	40%
Θεσσαλίας	1.808.605	1.953.060	1.980.296	2.062.744	2.209.719	2.223.430	23%
Αν. Μακεδονίας & Θράκης	1.695.632	1.681.590	1.798.036	1.770.206	1.973.242	1.953.831	15%
Δυτικής Ελλάδας	1.457.381	1.580.920	1.740.236	1.807.778	1.902.912	1.857.922	27%
Βορείου Αιγαίου	1.492.523	1.653.055	1.764.524	1.530.785	1.750.671	1.837.209	23%
Στερεάς Ελλάδας	1.180.302	1.292.221	1.342.734	1.535.314	1.717.667	1.728.160	46%
Ηπείρου	848.809	937.854	892.226	956.624	1.099.202	1.166.169	37%
Δυτικής Μακεδονίας	316.904	302.976	288.976	269.903	294.448	293.251	-7%
Ελλάδα	70.065.554	73.952.202	76.772.113	79.885.024	87.628.373	89.905.217	28%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETI Intelligence

Αναφορικά με τη Περιφέρεια Χαλκιδικής για τη περίοδο 2013 – 2018 καταγράφει αύξηση 10% ξεπερνώντας τις 4,2 εκατ. διανυκτερεύσεις που είχε το 2013 σημειώνοντας τις 4,6 εκατ. το 2018. Ειδικότερα, οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών τουριστών για την ίδια περίοδο σημείωσαν αύξηση 13% φτάνοντας το 2018 τις 4,2 εκατ. διανυκτερεύσεις έναντι των 3,7 εκατ. διανυκτερεύσεων που είχαν σημειωθεί το 2013. Αντιθέτως, το 2018 οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών

καταγράφηκαν στις 394.370 χιλ. από τις 438.311 χιλ. του έτους 2013 παρουσιάζοντας μείωση στις διανυκτερεύσεις 10%. Συμπερασματικά, το 2018 η Ενότητα Χαλκιδικής σημείωσε το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα συγκριτικά με το σύνολο της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας εμφανίζοντας και το υψηλότερο ποσοστό 52% (INSETE, 2019).

Πίνακας 17: Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018

Ενότητα		2013	2014	2015	2016	2017	2018	%Δ 2013 - 2018
Χαλκιδικής	Αλλοδαποί	3.736.975	3.952.966	3.920.566	3.838.574	4.247.573	4.218.016	13%
	Ημεδαποί	438.311	431.312	473.306	486.052	464.301	394.370	-10%
Θεσσαλονίκης	Αλλοδαποί	924.735	1.067.034	1.146.885	1.234.236	1.385.705	1.344.422	45%
	Ημεδαποί	1.093.721	1.177.883	1.322.745	1.401.725	1.364.814	1.349.494	23%
Πιερίας	Αλλοδαποί	775.798	774.134	777.152	778.190	924.326	1.008.322	30%
	Ημεδαποί	176.685	164.350	187.929	210.091	200.261	155.834	-12%
Σερρών	Αλλοδαποί	22.535	25.947	24.036	35.921	80.660	37.456	66%
	Ημεδαποί	127.660	132.708	115.328	141.190	152.333	110.596	-13%
Ημαθίας	Αλλοδαποί	9.360	13.405	16.415	20.455	24.578	17.650	89%
	Ημεδαποί	60.689	74.010	85.753	88.909	108.519	98.147	62%
Πέλλας	Αλλοδαποί	8.386	8.829	9.181	6.537	12.226	13.054	56%
	Ημεδαποί	74.718	74.936	80.110	79.382	85.021	97.018	30%
Κιλκίς	Αλλοδαποί	6.753	8.109	14.818	20.312	17.438	26.106	287%
	Ημεδαποί	18.830	19.673	20.171	25.985	18.246	15.858	-16%
Σύνολο	Αλλοδαποί	5.484.542	5.850.424	5.909.053	5.934.225	6.692.506	6.665.026	22%
	Ημεδαποί	1.990.614	2.074.872	2.285.342	2.433.334	2.393.495	2.221.317	12%
Σύνολο Περιφέρειας		7.475.156	7.925.296	8.194.395	8.367.559	9.086.001	8.886.343	19%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

8.2.3 Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας

Κατά τη περίοδο 2013 – 2018 η πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων της Ελλάδας εμφάνισε ανοδική πορεία αφού από το 45% που βρισκόταν το 2013 έφτασε στο 53% πληρότητας το 2018. Στη Κεντρική Μακεδονία για την ίδια περίοδο σημειώθηκε βελτίωση στη πληρότητα των καταλυμάτων φτάνοντας το 47% το 2018 έναντι του 43% που βρισκόταν το 2013.

Πίνακας 18: Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Ελλάδας ανά Περιφέρεια 2013-2018

Περιφέρεια	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρήτης	61%	62%	62%	65%	67%	65%
Ιονίων Νήσων	58%	54%	60%	62%	64%	63%
Νοτίου Αιγαίου	54%	55%	59%	58%	62%	62%
Αττικής	37%	45%	47%	47%	51%	51%
Κεντρικής Μακεδονίας	43%	44%	46%	46%	49%	47%
Βορείου Αιγαίου	33%	36%	39%	33%	37%	38%
Αν. Μακεδονίας & Θράκης	28%	34%	36%	36%	37%	36%
Δυτικής Ελλάδας	29%	32%	34%	35%	36%	36%
Πελοποννήσου	25%	27%	27%	31%	32%	34%
Θεσσαλίας	29%	30%	30%	30%	32%	32%
Ηπείρου	26%	27%	26%	28%	31%	32%
Στερεάς Ελλάδας	21%	22%	23%	26%	28%	30%
Δυτικής Μακεδονίας	19%	18%	17%	16%	17%	18%
Ελλάδα	45%	47%	49%	50%	53%	53%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η Περιφέρεια της Χαλκιδικής για τη περίοδο 2013 – 2018 εμφάνισε μια οριακή μείωση στη πληρότητα καθώς από το 54% πληρότητας που είχε το 2013 έφτασε στο 53% πληρότητα για το 2018. Αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ καταγράφει αυτή την οριακή μείωση, κατέχει τη 2^η θέση επί του συνόλου της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας ως προς την πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων για το 2018, έχοντας πολύ μικρή διαφορά στο ποσοστό πληρότητας της Περιφέρειας Θεσσαλονίκης η οποία βρίσκεται στη 1^η θέση (INSETE, 2019).

Πίνακας 19: Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας 2013-2018

Ενότητα	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Θεσσαλονίκης	43%	46%	50%	54%	56%	55%
Χαλκιδικής	54%	57%	54%	53%	55%	53%
Πιερίας	35%	29%	33%	33%	37%	36%
Σερρών	19%	20%	19%	24%	31%	21%
Ημαθίας	16%	20%	22%	23%	28%	26%
Πέλλας	16%	16%	17%	18%	19%	23%
Κιλκίς	11%	11%	14%	19%	14%	13%
Κεντρική Μακεδονία	43%	44%	46%	46%	49%	47%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Στην παρακάτω ενότητα ακολουθεί η παρουσίαση των εξεταζόμενων ξενοδοχειακών εταιρειών του Νομού Χαλκιδικής, Sani Resort, Pomegranate Wellness Spa Hotel και Porto Karras.

8.3 Το Ξενοδοχειακό συγκρότημα Sani Resort

Το Sani resort ιδρύθηκε 40 χρόνια πριν και βρίσκεται στη παραλία της Σάνης στην Κασσάνδρα Χαλκιδικής. Έχει έκταση 4.500 στρέμματα τα οποία βρίσκονται μέσα στη φύση και δίπλα σε γαλάζια νερά έχοντας πανέμορφη θέα στο Αιγαίο και τον Όλυμπο. Διαθέτει πέντε πολυτελή ξενοδοχεία, με 440 σουίτες, 252 Μπαγκαλούς και 254 δωμάτια και πολυτελείς εξοχικές κατοικίες. Μαρίνα υψηλών προδιαγραφών, τέσσερα spa πολυτελείας καθώς και υπηρεσίες με υψηλές παροχές. Υπάρχουν χώροι καταστημάτων όπως μίνι μάρκετ, βιβλιοπωλεία, καταστήματα ειδών τουρισμού, κοσμηματοπωλεία και μπουτίκ. Οι εγκαταστάσεις στην εστίαση και στη διασκέδαση ποικίλλουν καθώς υπάρχουν εστιατόρια, μπαρ αλλά και καλοκαιρινός κινηματογράφος. Επιπλέον, στις υπηρεσίες διασκέδασης διαθέτει στα θαλάσσια σπορ εκτός από τα κλασικά (θαλάσσιο σκι ,κανό) και καταδύσεις έχοντας την ανάλογη σχολή στην μαρίνα αλλά και εναλλακτικά σπορ όπως τοξοβολία καθώς και ορεινή ποδηλασία.

Στις ενότητες που ακολουθούν παρουσιάζονται ξεχωριστά τα πέντε πολυτελή ξενοδοχεία που απαρτίζουν το ξενοδοχειακό συγκρότημα Sani Resort.

8.3.1 Sani Asterias

Είναι ένα οικογενειακό θέρετρο με 57 ανακαινισμένες σουίτες έχοντας έκταση 1000 στρεμμάτων με πανέμορφα δάση και γαλάζιες παραλίες. Διαθέτει ιδιωτική παραλία με μοναδική θέα στο Αιγαίο πέλαγος. Επιπλέον παρέχει υπηρεσίες εστίασης με εστιατόρια όπως το Water restaurant το οποίο προσφέρει γαστρονομία υψηλού επιπέδου έχοντας στο δυναμικό του chef βραβευμένους με αστέρια Michelin και χρυσούς σκούφους.

8.3.2 Sani Club

Βρίσκεται σε καταπράσινο κόλπο στη Κασσάνδρα με θέα στο Αιγαίο Πέλαγος. Είναι κατάλληλο για οικογένειες διαθέτει παραλία ιδιωτική με λευκή αμμουδιά, μεγάλη εξωτερική πισίνα, 3 εστιατόρια, spa και γήπεδο τένις. Προσφέρει δραστηριότητες κατάλληλες για παιδιά όπως εκμάθηση σπορ καθώς και διαθέτει τρεις βρεφονηπιακούς σταθμούς κατάλληλους για μαθήματα κολύμβησης, παιχνίδια και διάφορες ψυχαγωγικές δραστηριότητες διαμορφωμένες για παιδιά από 4 μηνών έως 3 ετών. Τέλος, προσφέρει μεγάλη γκάμα δραστηριοτήτων για όλες τις ηλικίες όπως καταδύσεις, πάρκα διαμορφωμένα για σπορ που ανεβάζουν την αδρεναλίνη και ακαδημίες ποδοσφαίρου και τένις σε υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις για τους λάτρεις των συγκεκριμένων αθλημάτων.

8.3.3 Porto Sani

Βρίσκεται δίπλα από την μαρίνα του ξενοδοχείου και είναι κατάλληλο για οικογένειες. Διαθέτει 99 πολυτελείς σουίτες με θέα στη μαρίνα και στα πολυτελή σκάφη, πισίνα lagoon, 3 εστιατόρια εξαιρετικού επιπέδου στα οποία βρίσκεται μια από τις μεγαλύτερες κάβες κρασιών στην Ελλάδα όπου μπορεί να βρει κανείς 300 ετικέτες κρασιών. Κερδίζει εντυπώσεις με τις εξατομικευμένες υπηρεσίες χαλάρωσης και περιποίησης του μοναδικού Spa Suite.

8.3.4 Sani Dunes

Τοποθετημένο δίπλα στην ιδιωτική παραλία με έκταση 41 στρεμμάτων το συγκεκριμένο πολυτελέστατο συγκρότημα προσφέρει υπηρεσίες 5 αστέρων. Διαθέτει 146 δωμάτια εκ των οποίων 50 σουίτες 56 πολυτελή δωμάτια και 40 υπερπολυτελείς σουίτες. Διαθέτει 3 εστιατόρια με θέα στη πισίνα και τη θάλασσα προσφέροντας μοναδικά menu βραβευμένων chef με αστέρια Michelin, ένα pool bar και spa υψηλών υπηρεσιών. Τέλος, το συγκρότημα διαθέτει τη μεγαλύτερη ανοιχτή πισίνα στην Ελλάδα έχοντας έκταση 3000τμ.

8.3.5 Sani Beach

Διαθέτει 392 ανακαινισμένα δωμάτια, παραλία έκτασης 7 χιλιομέτρων και βρίσκεται τοποθετημένο μέσα στη φύση περικλειόμενο από πευκοδάση. Επίσης διαθέτει 5 spa, μεγάλη πισίνα τύπου lagoon και 4 εστιατόρια καθώς επίσης 2 lounge bar, pool bar και beach bar.

8.4 Το ξενοδοχείο Pomegranate Wellness Spa Hotel

Το ξενοδοχείο βρίσκεται στην Ποτίδαια Χαλκιδικής στο πρώτο πόδι του νομού. Ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2013 και θεωρείται ένα από τα καλύτερα νέα ξενοδοχεία πολυτελείας της Χαλκιδικής. Το πέντε αστέρων ξενοδοχείο βρίσκεται τοποθετημένο σε ιδιαίτερη θέση ανάμεσα στη Σιθωνία και τη Κασσάνδρα Χαλκιδικής έχοντας θέα το Αιγαίο Πέλαγος και απέχει μόλις 30 λεπτά από τη Θεσσαλονίκη. Διαθέτει 172 δωμάτια εκ των οποίων 28 είναι πολυτελείς σουίτες και 14 υπερπολυτελείς. Δίνει έμφαση στην γαστρονομία αφού διαθέτει 3 εστιατόρια και 5 μπαρ. Εντυπώσεις κερδίζει το μοναδικό κέντρο ευεξίας του ξενοδοχείου έκτασης 1600τμ με εξαιρετικές εγκαταστάσεις και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες κάνοντας το καλύτερο spa ξενοδοχείο της Χαλκιδικής. Επιπλέον, το ξενοδοχείο διαθέτει το μοναδικό συνεδριακό κέντρο έκτασης 1500τμ το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο έκτασης κέντρο στη Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Διαθέτει 5 αίθουσες ενισχυμένες με υπερσύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό και άριστη τεχνική υποστήριξη. Η συνολική χωρητικότητα του κέντρου φτάνει τα 650 άτομα ενώ η κεντρική αμφιθεατρική αίθουσα μπορεί να φιλοξενήσει 500 άτομα. Τέλος, το night club του ξενοδοχείου θεωρείται μοναδικό στο νομό αφού φιλοξενεί διάσημους djs, συνδυάζει μοναδικά συστήματα ήχου και φωτισμού, vip αίθουσες δημιουργώντας έτσι μια μοναδική εμπειρία που δεν συνηθίζει να βρίσκει κανείς σε πολυτελή ξενοδοχεία.

8.5 Το Ξενοδοχειακό Συγκρότημα Porto Karras

Το 1979-80 ο Γιάννης Καρράς ανοίγει τα Πόρτο Καρράς Μελίτων και Πόρτο Καρράς Σιθωνία. Μετά το θάνατο του, η ιδιοκτησία περιήλθε στην Εθνική Τράπεζα, απ' όπου την αγόρασε το 1999 η οικογένεια Στέγγου. Στη συνέχεια των ετών το ανακαίνισε πλήρως και έχει εκσυγχρονίσει όλες τις εγκαταστάσεις συμμορφώνοντας με τα αυστηρότερα πρότυπα ασφαλείας.

Το ξενοδοχειακό συγκρότημα βρίσκεται δίπλα στο Άγιο Όρος, χωμένο κυριολεκτικά στο πιο πράσινο πόδι της Χαλκιδικής στο δεύτερο πόδι, διαθέτοντας μοναδικές παραλίες, καθώς και απεριόριστες επιλογές σε είδη καταλυμάτων και δραστηριότητες. Οι παραλίες αλλά και η Μαρίνα βραβεύονται κάθε χρόνο με το διεθνές σήμα της Γαλάζιας Σημαίας. Επίσης, το συγκρότημα έχει βραβευτεί κατ' επανάληψη με το βραβείο Green Key Eco Label.

Η συνολική έκταση του Πόρτο Καρράς είναι σχεδόν 18.000 στρέμματα και περιλαμβάνει 2 ξενοδοχεία, αυτόνομες ιδιωτικές κατοικίες, 2 πολυτελή καζίνο, μαρίνα με 315 θέσεις ελλιμενισμού, έναν ιππικό όμιλο, καταδυτικό όμιλο, γκολφ 18 οπών, 3 ελικοδρόμια και 2 υδατοδρόμια. Τέλος, βρίσκεται εκεί ο μεγαλύτερος βιολογικός αμπελώνας της Ελλάδας.

Αναφορικά με τα ξενοδοχεία που απαρτίζουν το συγκρότημα έχουμε το Πόρτο Καρράς Meliton το οποίο διαθέτει 324 δωμάτια πολυτελή, με θέα στη θάλασσα και 155 σουίτες με αποκλειστικές υπηρεσίες. Επιπλέον, βρίσκονται στις εγκαταστάσεις του 6 εστιατόρια, 6 μπαρ, 2 εξωτερικές πισίνες και 2 εσωτερικές, καταστήματα και μπουτίκ καθώς και ένα από τα μεγαλύτερα spa στην Ευρώπη έκτασης 4.700τμ τα οποία προσφέρει εμπειρίες ευεξίας και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Το δεύτερο ξενοδοχείο του συγκροτήματος είναι το Πόρτο Καρράς Σιθωνία το οποίο έχει στη διάθεση του 356 δωμάτια, 82 σουίτες, 4 μπαρ, 5 εστιατόρια, 2 εξωτερικές και 2 εσωτερικές πισίνες, καταστήματα και μπουτίκ και κέντρο ευεξίας συνολικής έκτασης 2275τμ, όλα περιτριγυρισμένα στο καταπράσινο τοπίο σχεδιασμένα να ικανοποιήσουν όλες τις ανάγκες μιας οικογένειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ & ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ

9.1 Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις

Οι επιχειρήσεις αναλόγως του μεγέθους τους και τη νομικής μορφής τους, βάσει της νομοθεσίας των περισσότερων κρατών είναι υποχρεωμένες να παρουσιάζουν τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις τους. Οι καταστάσεις αυτές αποτελούν έγγραφα που παρουσιάζουν χρήσιμες και βοηθητικές πληροφορίες για την ενδοεπιχειρησιακή κατάσταση της εταιρείας σε πιστωτές και διαφόρους τρίτους. Επιπλέον, παρουσιάζουν λογαριασμούς - εκθέσεις και προκαλούν έτσι ενδιαφέρον για ενδεχόμενες επενδύσεις. Αυτά τα έγγραφα δημοσιεύονται μέσω του εντύπου που ονομάζεται «Ετήσια Έκθεση» των επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τον Αποστόλου (2015), οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις ορίζονται ως μια δομημένη απεικόνιση της οικονομικής θέσης και επίδοσης μιας οικονομικής οντότητας, χρήσιμη για τις οικονομικές αποφάσεις ενός ευρέος κύκλου χρηστών (κυρίως για να προεκτιμήσουν τις μελλοντικές ταμειακές ροές της). Οι πληροφορίες που παρέχουν οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις σχετίζονται με τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας, τις υποχρεώσεις της, τα ίδια κεφάλαια της, τα έσοδα και τα έξοδα, τα κέρδη ή ζημιές, οποιεσδήποτε μεταβολές των ιδίων κεφαλαίων και τις ταμειακές ροές. Τα προαναφερθέντα αποτυπώνονται και δημοσιοποιούνται μέσω του Ισολογισμού, της Κατάστασης λογαριασμού αποτελεσμάτων, την κατάσταση μεταβολών ιδίων κεφαλαίων, την κατάσταση χρηματοροών και το Προσάρτημα ή Σημειώσεις τα οποία και αποτελούν μια πλήρη παρουσίαση των οικονομικών καταστάσεων μιας επιχείρησης (Αποστόλου, 2015).

Όπως προαναφέρθηκε, οι επιχειρήσεις ανάλογα με το μέγεθος και τη νομική μορφή τους έχουν και την ανάλογη υποχρέωση κατάρτισης των ετήσιων χρηματοοικονομικών καταστάσεων. Για παράδειγμα, οι ανώνυμες εταιρείες (ΑΕ) υποχρεούνται να καταρτίζουν τα εξής:

- Ισολογισμό

- Λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσης
- Κατάσταση ταμιακών ροών
- Κατάσταση μεταβολών ιδίων κεφαλαίων
- Προσάρτημα

Ενώ, οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης, οι λεγόμενες ΕΠΕ όπως και οι ιδιωτικές κεφαλαιουχικές εταιρείες οι λεγόμενες ΙΚΕ υποχρεούνται να καταρτίζουν τις ίδιες χρηματοοικονομικές καταστάσεις με τις Ανώνυμες Εταιρείες, οι οποίες εφόσον είναι μεγάλες ή μεσαίες οντότητες μπαίνουν στη διαδικασία ελέγχου από Ορκωτούς Λογιστές ειδάλλως εφόσον είναι μικρές ή πολύ μικρές οντότητες δεν υποχρεούνται του παραπάνω ελέγχου. Όσον αφορά τις πολύ μικρές οντότητες με νομική μορφή ατομικής επιχείρησης, ΟΕ, ΕΕ απαλλάσσονται από την υποχρέωση δημοσιότητας των ετήσιων χρηματοοικονομικών καταστάσεων (Τουρνά, 2015), (www.taxheaven.gr).

Σύμφωνα με το νόμο 4308/24.11.2014 που εισήγαγε τα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα οι επιχειρήσεις αναλόγως του μεγέθους τους διακρίνονται σε οντότητες οι οποίες και τηρούν υποχρεωτικά τις ανάλογες χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Για παράδειγμα οι μεγάλες οντότητες οι οποίες είναι αυτές που υπερβαίνουν τα όρια δύο τουλάχιστον από τα ακόλουθα κριτήρια: σύνολο ενεργητικού μεγαλύτερο των 20.000.000 ευρώ, καθαρό ύψος κύκλου εργασιών μεγαλύτερο των 40.000.000 ευρώ και μέσος όρος απασχολούμενων κατά τη διάρκεια μιας περιόδου μεγαλύτερος από 250 άτομα, τηρούν:

- Ισολογισμό
- Κατάσταση αποτελεσμάτων
- Κατάσταση μεταβολών καθαρής θέσης
- Προσάρτημα
- Κατάσταση χρηματοροών

Οι μεσαίες οντότητες οι οποίες είναι οι οντότητες οι οποίες δεν υπερβαίνουν δύο τουλάχιστον από τα ακόλουθα τρία κριτήρια: Σύνολο Ενεργητικού μικρότερο των 20.000.000 ευρώ, Καθαρό ύψος κύκλου εργασιών μικρότερο των 40.000.000

ευρώ και μέσος όρος απασχολούμενων κατά τη διάρκεια της περιόδου να μην ξεπερνούν τα 250 άτομα τηρούν:

- Ισολογισμό
- Κατάσταση αποτελεσμάτων
- Κατάσταση μεταβολών καθαρής θέσης
- Προσάρτημα

Οι μικρές οντότητες οι οποίες είναι αυτές οι οποίες δεν υπερβαίνουν δύο από τα επόμενα τρία κριτήρια: ενεργητικό να είναι μικρότερο των 4.000.000 ευρώ, καθαρό ύψος κύκλου εργασιών να είναι μικρότερο των 8.000.000 ευρώ και μέσος όρος απασχολούμενων κατά τη διάρκεια της διαχειριστικής περιόδου να είναι έως 50 άτομα τηρούν:

- Ισολογισμό
- Κατάσταση αποτελεσμάτων
- Προσάρτημα

Ενώ οι πολύ μικρές οντότητες οι οποίες θεωρούνται αυτές οι οποίες δεν υπερβαίνουν δύο από τα παρακάτω κριτήρια: το σύνολο του Ενεργητικού να είναι έως 350.000 ευρώ, το καθαρό ύψος κύκλου εργασιών να είναι έως 700.000 ευρώ και οι απασχολούμενοι να είναι έως 10 άτομα τηρούν ακριβώς τις ίδιες χρηματοοικονομικές καταστάσεις με τις μικρές οντότητες. (www.taxheaven.gr) (Τουρνά, 2015).

9.1.1 Ορισμός των Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων

A) Κατάσταση Ισολογισμού Τέλους Χρήσεως

Ο Ισολογισμός απεικονίζει την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης στη δεδομένη χρονική στιγμή και σε ενιαίο νόμισμα. Ο ισολογισμός τέλους χρήσης περιλαμβάνει τις ομαδοποιημένες αξίες των περιουσιακών στοιχείων, των υποχρεώσεων και των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης, όπως έχουν διαμορφωθεί στο τέλος κάθε διαχειριστικής περιόδου (Τουρνά – Γερμανού, 2003).

B) Κατάσταση Αποτελεσμάτων

Κατάσταση αποτελεσμάτων ή Λογαριασμός κερδών – ζημιών είναι η κατάσταση όπου παρατίθενται ομαδοποιημένα τα έσοδα και τα έξοδα της επιχείρησης, όπως προκύπτουν στο τέλος της διαχειριστικής χρήσης (Γκίκας & Παπαδάκη, 2012)

Γ) Κατάσταση Χρηματοροών

Η Κατάσταση χρηματοροών ή κατάσταση ταμειακών ροών απεικονίζει όλες τις εισπράξεις όπως και τις πληρωμές που πραγματοποίησε η εταιρεία κατά τη διάρκεια της διαχειριστικής περιόδου έχοντας ως στόχο να παρέχει σε τρίτους πιθανούς ενδιαφερόμενους οικονομικές πληροφορίες σχετικά με την ικανότητα της επιχείρησης να δημιουργεί ταμειακά διαθέσιμα και ταμειακά ισοδύναμα, όπου ταμειακά διαθέσιμα αποτελούν το ταμείο και οι άμεσα ρευστοποιήσιμες καταθέσεις ενώ ταμειακά διαθέσιμα αποτελούν οι βραχυπρόθεσμες επενδύσεις της οντότητας όπου η αξία τους δεν πρόκειται να μεταβληθεί (Τουρνά, 2015).

Δ) Κατάσταση Μεταβολών Καθαρής Θέσης

Η μεταβολή της καθαρής θέσης μιας οντότητας μεταξύ δύο συνεχόμενων ημερομηνιών του ισολογισμού της, εμφανίζει την αύξηση ή τη μείωση των καθαρών περιουσιακών της στοιχείων για την περίοδο αυτή και υποδεικνύει την πραγματική τελική της θέση στο τέλος της χρήσης σχετικά με τα ίδια κεφάλαια της. Η κατάσταση μεταβολών καθαρής θέσης εμφανίζει το σύνολο των εξόδων και εσόδων της περιόδου, συμπεριλαμβανομένων και αυτών που ενσωματώνονται απευθείας στα ίδια κεφάλαια (Αληφαντής, 2008).

Ε) Προσάρτημα

Το προσάρτημα ή Σημειώσεις είναι ένα απαραίτητο συνοδευτικό έντυπο των οικονομικών καταστάσεων και πρέπει να περιλαμβάνει υποχρεωτικά κάποιο επεξηγηματικό υλικό, συμπληρωματικούς πίνακες, πρόσθετα στοιχεία και

πληροφορίες όπως και άλλες καταστάσεις που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα των οικονομικών καταστάσεων (Παπαδέας, 2013). Παρουσιάζει πληροφορίες για τις πολιτικές που εφαρμόστηκαν στη σύνταξη των οικονομικών καταστάσεων και περιλαμβάνει γνωστοποιήσεις σχετικά με αβεβαιότητες και κινδύνους της επιχείρησης, καθώς και πιθανούς πόρους και υποχρεώσεις που δεν απεικονίζονται στον ισολογισμό (Κόντος, 2015).

9.2 Αριθμοδείκτες - Γενικά

Η οικονομική απόδοση μιας επιχείρησης και η χρηματοοικονομική της ανάλυση ενδιαφέρει τόσο το εσωτερικό (Διοικητικό Συμβούλιο, Διαχειριστές, Μετόχους) όσο και το εξωτερικό (πιστωτές, πιθανοί επενδυτές, μέλη κοινωνίας, οργανισμοί αυτοδιοίκησης) περιβάλλον της. Η απόδοση αυτή δεν είναι μονοδιάστατη αλλά είναι δυνατόν να εκτιμηθεί με ποικίλους τρόπους.

Οι οικονομικές καταστάσεις μιας επιχείρησης είναι ένα αξιόπιστο εργαλείο για τον υπολογισμό των μέτρων αποδοχής της. Ο ισολογισμός, τα αποτελέσματα χρήσης και ο πίνακας διάθεσης αποτελεσμάτων, απεικονίζουν την οικονομική απόδοση ενός οργανισμού και δίνουν σημαντικές πληροφορίες για το μέλλον του.

Η προτεινόμενη προσέγγιση για την ανάλυση οικονομικών καταστάσεων είναι η χρησιμοποίηση αριθμοδεικτών, καθώς επιτρέπει μια πολύπλευρη κατανόηση τους. Οι αριθμοδείκτες αποτελούν εργαλεία τα οποία χρησιμοποιούνται για την μετατροπή των οικονομικών στοιχείων που εμφανίζονται στις οικονομικές καταστάσεις, σε σημαντικές συγκρίσιμες πληροφορίες και μεγέθη για την κατάσταση ενός οργανισμού. Οι αριθμοδείκτες που προκύπτουν αποτελούν σημαντικές ενδείξεις για την τρέχουσα αλλά και μελλοντική πορεία μιας επιχείρησης και το κατά πόσο είναι αναγκαίο τυχόν αλλαγές στις πολιτικές της ή ακόμα και στη διοίκηση της. Οι συγκρίσεις που πραγματοποιούνται θα πρέπει να προκύπτουν από τη χρήση των αριθμοδεικτών της εταιρίας ανά έτος όπου θα αξιολογείται η διαχρονική της πορεία

καθώς και από υπόλοιπες εταιρίες – ξενοδοχεία του κλάδου έτσι ώστε να προκύπτουν αποτελέσματα που θα παρέχουν μια ουσιώδη και πλήρη πληροφόρηση της διοίκησης μια εταιρίας.

Ένας αριθμοδείκτης αποτυπώνει τη σχέση μεταξύ δυο μεγεθών. Για παράδειγμα ο δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους εκφράζει τη σχέση μεταξύ των καθαρών κερδών και των πωλήσεων μιας επιχείρησης. Οι αριθμοδείκτες ομαδοποιούνται σε τέσσερις κατηγορίες: δείκτες ρευστότητας, δραστηριότητας, κερδοφορίας και κεφαλαιακής διάρθρωσης. Η καθεμία κατηγορία δίνει και συγκεκριμένα συμπεράσματα για την επιχείρηση. Οι δείκτες ρευστότητας αναφέρονται στο ποια είναι η δύναμη/ικανότητα ενός οργανισμού για να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του. Οι δείκτες κερδοφορίας αναφέρονται στο κατά πόσο κερδοφόρος είναι ένας οργανισμός. Οι δείκτες δραστηριότητας στο κατά πόσο τα περιουσιακά στοιχεία που χρησιμοποιεί για να παράγει έσοδα και πωλήσεις είναι αποτελεσματικά. Τέλος οι αριθμοδείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης αναφέρονται στη χρηματοδότηση των περιουσιακών στοιχείων ενός οργανισμού και κατά πόσο είναι σε θέση για ανάληψη ενός νέου χρέους (Zelman et al, 2003)

9.2.1 Βασικά Σημεία για τη Χρήση και Ερμηνεία Αριθμοδεικτών

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση των τεσσάρων κατηγοριών αριθμοδεικτών σκόπιμο είναι να αναφερθούν κάποια βασικά σημεία για τη χρήση και την ερμηνεία τους. Όλοι οι αριθμοδείκτες έχουν την αξία τους και τη σημασία τους, έτσι λοιπόν κρίνεται αναγκαίο να χρησιμοποιούνται αρκετοί αριθμοδείκτες και όχι μόνον ένας για τη λήψη στοιχείων και συμπερασμάτων, αυτό σημαίνει ότι δεν έχουμε αριθμοδείκτη που να είναι απαραίτητα καλύτερος από κάποιον άλλον. Οι όροι κάθε αριθμοδείκτη δίνουν στοιχεία για τη λύση ενός προβλήματος που αντιμετωπίζει χρηματοοικονομικά η επιχείρηση. Για παράδειγμα όταν η άμεση ρευστότητα είναι ιδιαίτερα χαμηλή είναι δυνατόν να βελτιωθεί είτε με την αύξηση των κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων (αριθμητής), είτε με τη μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (παρονομαστής) ή και τα δύο.

Η γενικότερη ερμηνεία των αριθμοδεικτών είναι ότι υπάρχουν Ν ευρώ στον αριθμητή για κάθε ευρώ στον παρονομαστή. Για την καλύτερη ερμηνεία ενός δείκτη κρίνεται σκόπιμο να συγκριθεί καλύτερα σε σχέση με ένα πρότυπο, όπως ένας οικονομικός στόχος που θέτει η επιχείρηση ή μια προηγούμενη επίδοση ή κάποιος μεταξύ τους συνδυασμός. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι η τιμή ενός αριθμοδείκτη δεν θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα υψηλή αλλά και ούτε ιδιαίτερα χαμηλή σε σχέση με την τιμή του πρότυπου, διότι μια για παράδειγμα πολύ υψηλή τιμή στην ταμειακή ρευστότητα δείχνει ότι υπάρχουν πολλά μετρητά διαθέσιμα στο ταμείο, τα οποία με τη σειρά τους προδίδουν ότι η επιχείρηση δεν επενδύει κεφάλαιο, δημιουργώντας έτσι σε τρίτους το προφίλ μιας επιχείρησης η οποία δεν ρισκάρει για νέες επενδύσεις καθώς και δεν προσδοκά μια πιθανή αύξηση κερδών. Επιπρόσθετα, μικρές αποκλίσεις στις τιμές του αριθμοδείκτη (μισή μονάδα) από το πρότυπο, υποδηλώνουν μεγάλα ποσοστά απόκλισης από το πρότυπο. Τέλος, πρέπει να μελετηθεί και η τάση ενός δείκτη για την καλύτερη ερμηνεία της πορείας της επιχείρησης. (Zelman et al, 2003).

9.3 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

Η ικανότητα μιας επιχείρησης να μπορεί να μετατρέπει τα ενεργητικά της στοιχεία σε διαθέσιμα και ταυτόχρονα να είναι ικανή να εκπληρώνει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της αποτελεί την έννοια της ρευστότητας.

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης αφού παρέχουν κρίσιμες πληροφορίες για την τρέχουσα οικονομική της κατάσταση, για τον τρόπο διαχείρισης των κεφαλαίων κίνησης της και τη δυνατότητα εκτίμησης αυτών σε επάρκεια για πιθανές κρίσιμες διορθωτικές αποφάσεις. Επιπλέον, ο διαχρονικός υπολογισμός ανά έτος των δεικτών ρευστότητας αλλά και γενικότερα όλων των δεικτών, προσφέρει τη δυνατότητα να διαπιστωθεί μια πιθανή βελτίωση στην οικονομική θέση της εταιρίας καθώς και το αντίθετο.

Μια επιχείρηση βρίσκεται σε καλή οικονομική κατάσταση από την ικανότητα της να εκπληρώνει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, από την αξιοποίηση νέων ευκαιριών, από την εκτέλεση όλων των εργασιών και την ικανότητα εξόφλησης των τόκων απαιτητών και των μερισμάτων (Νιάρχος, 2004).

Ο καθορισμός της βραχυχρόνιας οικονομικής θέσης ενός οργανισμού καθώς και της δυνατότητας του να ικανοποιεί τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις του προσδιορίζεται με την χρήση των παρακάτω αριθμοδεικτών :

- Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας
- Αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας
- Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας

9.3.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας ή κεφαλαίων κινήσεως

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας χρησιμοποιείται για να μας δείξει εάν βρίσκονται σε επάρκεια το κυκλοφορούν ενεργητικό και οι μεταβατικοί λογαριασμοί του ενεργητικού έτσι ώστε να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις καθώς και τους μεταβατικούς λογαριασμούς του παθητικού.

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας προκύπτει από το εξής πηλίκο:
Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας = $\frac{\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις} + \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$ όπου ο αριθμητής αποτελεί το σύνολο των κυκλοφορούντων στοιχείων ενός οργανισμού και ο παρονομαστής αποτελεί το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων του.

Ειδικότερα, τα διαθέσιμα αναφέρονται στα μετρητά και στο σύνολο των χρεογράφων που μπορούν να ρευστοποιηθούν, οι απαιτήσεις αναφέρονται στους χρεώστες και στις επιταγές εισπρακτέες και τα αποθέματα αναφέρονται στα αναλώσιμα είδη - υλικά και στις πρώτες και βοηθητικές ύλες που χρησιμοποιούνται από έναν οργανισμό. Τέλος, οι βραχυχρόνιες υποχρεώσεις αποτελούνται από τα μερίσματα πληρωτέα, τους πληρωτέους φόρους, τις πιστώσεις προμηθευτών και τις προκαταβολές των πελατών καθώς και βραχυπρόθεσμους δανεισμούς τραπεζών (Νιάρχος, 2004).

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι σε περίπτωση όπου μια επιχείρηση αντιμετωπίσει μια δυσχερή κατάσταση στα κεφάλαια κίνησης της, είναι αναγκαίο να κατέχει μια εικόνα ως προς τη ρευστότητα της καθώς και το περιθώριο ασφαλείας που τηρείται από τη διοίκηση, τα οποία αποτυπώνονται από τον αριθμοδείκτη γενικής ρευστότητας. Γενικότερα, δεν απαιτείται η ανάγκη για διατήρηση ενός υψηλού περιθωρίου ασφαλείας σε κεφάλαια κίνησης όταν υφίσταται ομαλή και συνεχής ροή κεφαλαίων στην επιχείρηση. Η επιχείρηση όμως οφείλει να διατηρεί σε επάρκεια τα κυκλοφορούντα της στοιχεία διότι σπανίως παρατηρείται η διαρκής ροή κεφαλαίων στις επιχειρήσεις και αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορεί να εξυπηρετήσει πιθανές ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις (Anthony, 1974).

Επιπροσθέτως, μια επιχείρηση βρίσκεται σε ένα καλό βαθμό ρευστότητας όταν ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας είναι υψηλός, όπου ο βαθμός ρευστότητας πρέπει να εξετάζεται σε συνδυασμό με το είδος της επιχείρησης, την ποιότητα των κυκλοφοριακών της στοιχείων και την πλήρη γνώση των αναγκών σε κεφάλαια κίνησης (Νιάρχος, 2004).

9.3.2 Αριθμοδείκτης ειδικής (άμεσης) ρευστότητας

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας προκύπτει από το εξής πηλίκο:

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

όπου ο αριθμητής του κλάσματος αποτελεί όλα τα άμεσα ρευστοποιήσιμα κυκλοφορούντα στοιχεία, όπως τα μετρητά του ταμείου, τις καταθέσεις στην τράπεζα, τα χρεόγραφα, τις απαιτήσεις και δεν περιλαμβάνονται καθώς και δεν υπολογίζονται τα αποθέματα πρώτων υλών, αναλώσιμων υλικών, ανταλλακτικών ειδών και ειδών συσκευασίας, καθώς αυτά δεν αποτελούν άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία (Νιάρχος, 2004).

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας αποτυπώνει πόσες φορές τα άμεσα ρευστοποιήσιμα κυκλοφορούντα στοιχεία μιας επιχείρησης μπορούν να ικανοποιήσουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, δηλαδή παρέχει μια ακριβή ένδειξη της ικανότητας ικανοποίησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της. Η

τιμή του αριθμοδείκτη ειδικής ρευστότητας πρέπει να είναι ίση περίπου με τη μονάδα για να θεωρείται ικανοποιητική εφόσον βέβαια δεν περιλαμβάνονται οι επισφαλείς ή ανεπίδεκτες εισπράξεως απαιτήσεις.

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας αποτυπώνει μια καλύτερη καλύπτερη εικόνα της ικανότητας μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της σε σχέση με τον προηγούμενο δείκτη καθώς δεν περιλαμβάνει τα μη γρήγορα μετατρέψιμα σε ρευστό στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού (αποθέματα).

9.3.3 Αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας

Ο αριθμοδείκτης ταμειακής ρευστότητας μιας επιχείρησης προκύπτει από το παρακάτω πηλίκο:

$$\text{Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας} = \frac{\text{Διαθέσιμο Ενεργητικό}}{\text{Ληξιπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Στον αριθμητή του κλάσματος περιλαμβάνονται τα μετρητά στο ταμείο, οι επιταγές, οι καταθέσεις τραπεζών και τα χρεόγραφα που είναι εισηγμένα στο χρηματιστήριο και ο δείκτης αυτός μας δείχνει πόσες φορές τα διαθέσιμα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, καλύπτουν τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της (Νιάρχος, 2004).

9.4 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

Οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας παρέχουν πληροφορίες για το επίπεδο παραγωγικότητας και αποτελεσματικότητας της επιχείρησης ως προς την χρησιμοποίηση και αξιοποίηση των περιουσιακών της στοιχείων. Οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας διακρίνονται στους εξής πιο σημαντικούς :

- Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων
- Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων
- Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού
- Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων
- Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

- Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας κεφαλαίου κινήσεως

9.4.1 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων μιας επιχείρησης προκύπτει από το παρακάτω πηλίκο:

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εισπράξεως Απαιτήσεων =

$\frac{\text{Έσοδα από παρεχόμενες υπηρεσίες}}{\text{ΜΟ απαιτήσεων}}$ και εκφράζει πόσες φορές οι πωλήσεις της επιχείρησης είναι ικανές να καλύψουν τις απαιτήσεις της επιχείρησης κατά τη διάρκεια της χρήσης επιμερίζοντας τις πωλήσεις ανά απαίτηση. Η τιμή του δείκτη όσο περισσότερο είναι υψηλή τόσο πιο ικανοποιητική θεωρείται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης από πλευράς παρεχόμενων πιστώσεων.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι εξίσου σημαντικός είναι ο δείκτης της μέσης διάρκειας παραμονής απαιτήσεων στην επιχείρηση ο οποίος προκύπτει από το κάτωθι πηλίκο :

Μέση Διάρκεια Παραμονής Απαιτήσεων στην Επιχείρηση =

$\frac{\text{Μέσο Ύψος Απαιτήσεων}}{\text{Έσοδα από παρεχόμενες υπηρεσίες}} \times 365$ και αποτυπώνει τη χρονική διάρκεια που μεσολαβεί από το χρόνο παροχής υπηρεσιών της επιχείρησης, μέχρι το χρονικό σημείο που εισπράττει μετρητά η επιχείρηση. Η τιμή του παραπάνω αριθμοδείκτη όσο το δυνατόν παραμένει χαμηλή τόσο πιο ξεκάθαρα σηματοδοτεί ότι δεν δεσμεύονται τα κεφάλαια της επιχείρησης για τη χρηματοδότηση παροχής των υπηρεσιών της (Νιάρχος, 2004).

9.4.2 Αριθμοδείκτης ταχύτητας εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

Το πηλίκο από το οποίο προκύπτει ο αριθμοδείκτης ταχύτητας εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων μιας επιχείρησης είναι το εξής:

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εξόφλησης Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων =

$\frac{\text{Κόστος Παρεχόμενων Υπηρεσιών}}{\text{Μέσο Ύψος Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων}}$

Ο δείκτης εκφράζει πόσες φορές το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών ενός οργανισμού καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του μέσα σε μία λογιστική χρήση και η διαρκής του παρακολούθηση δίνει πληροφορίες για τις πιστοληπτικές γραμμές που ακολουθεί η επιχείρηση.

Επιπρόσθετα, η μέση διάρκεια παραμονής των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων μιας επιχείρησης, προκύπτει από το πηλίκo του μέσου ύψους βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων προς το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών, πολλαπλασιάζοντας με το σύνολο των ημερών του έτους.

Μέση Διάρκεια Παραμονής των Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων =

$$\frac{\text{Μέσο Ύψος Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων}}{\text{Κόστος Παρεχόμενων Υπηρεσιών}} \times 365 \text{ (Νιάρχος, 2004).}$$

9.4.3 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού μιας επιχείρησης προκύπτει από το κάτωθι πηλίκo:

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού =

$$\frac{\text{Έσοδα από Παρεχόμενες Υπηρεσίες}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

και εξετάζει κατά πόσο η επιχείρηση χρησιμοποιεί ή όχι τα περιουσιακά της στοιχεία σε σχέση με τα πραγματοποιημένα έσοδα από παροχή υπηρεσιών.

Στη περίπτωση που η τιμή του συγκεκριμένου δείκτη είναι χαμηλή, δηλώνει ότι δεν γίνεται εντατική χρησιμοποίηση των περιουσιακών στοιχείων του οργανισμού, ενώ αν η τιμή του δείκτη είναι υψηλή δηλώνει με τη σειρά της ακριβώς το αντίθετο. Τέλος, πρέπει να πούμε πως ο προαναφερθέν αριθμοδείκτης δεν αποτελεί ένα ακριβές εργαλείο ως προς τις πληροφορίες των οικονομικών αποτελεσμάτων της εταιρίας, διότι το γεγονός ότι υπάρχουν αυξημένα έσοδα από παρεχόμενες υπηρεσίες, δεν ισοδυναμεί με αυξημένα κέρδη. Επίσης, η τιμή του επηρεάζεται από πιθανές διαφορετικές μεθόδους αποσβέσεων που χρησιμοποιεί η κάθε επιχείρηση (Νιάρχος, 2004).

9.4.4 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων προκύπτει από τον εξής τύπο: $\text{Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Πάγια} - \text{Αποσβεσμένα Πάγια}}$

Ο εν λόγω αριθμοδείκτης αναφέρεται στον βαθμό χρησιμοποίησης των παγίων περιουσιακών στοιχείων μια επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της και παρέχει πληροφορίες σχετικά με το εάν υπάρχει υπερεπένδυση σε πάγια σε σχέση με τις πωλήσεις (Νιάρχος, 2004).

9.4.5 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων προκύπτει από το παρακάτω πηλίκιο :

$$\text{Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων} = \frac{\text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{ΜΟ Αποθεμάτων}} \quad \text{και}$$

εκφράζει πόσες φορές σε μια λογιστική χρήση ανανεώθηκαν τα αποθέματα της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Επιπλέον, διαιρώντας το συνολικό αριθμό των ημερών του έτους με τον παραπάνω δείκτη, προκύπτει ο αριθμός που παρέμειναν τα αποθέματα στην αποθήκη της επιχείρησης έως ότου πωληθούν δηλαδή, $365 / \text{Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων}$. Τέλος, η τιμή του εν λόγω δείκτη πρέπει να είναι υψηλή διότι αυτό σηματοδοτεί χαμηλά αποθέματα και ικανοποιητικό έλεγχο αυτών (Νιάρχος, 2004).

9.4.6 Αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας κεφαλαίου κινήσεως

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας κεφαλαίου κινήσεως προκύπτει από το κάτωθι πηλίκο:

$$\text{Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως} \\ = \frac{\text{Κεφάλαιο Κίνησης}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Ο δείκτης εκφράζει τον βαθμό αποτελεσματικότητας και ταχύτητας μιας επιχείρησης ως προς την χρησιμοποίηση του κεφαλαίου κινήσεως της, έτσι εμφανίζοντας υψηλές τιμές ο συγκεκριμένος δείκτης αποτυπώνει ορθή και αποτελεσματική αξιοποίηση του κεφαλαίου κινήσεως ενώ ακριβώς το αντίθετο υποδηλώνει η εμφάνιση χαμηλών τιμών (Αποστόλου, 2015)

9.5 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

Οι αριθμοδείκτες αποδοτικότητας αναφέρονται στις σχέσεις μεταξύ κερδών και απασχολούμενων κεφαλαίων μιας επιχείρησης καθώς και στις σχέσεις μεταξύ κερδών και εσόδων από παροχή υπηρεσιών. Διακρίνονται στις κάτωθι πιο σημαντικές κατηγορίες :

- Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου ή μικτού κέρδους
- Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου ή καθαρού κέρδους
- Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων
- Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων
- Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας Ενεργητικού

9.5.1 Αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου ή μικτού κέρδους

Ο αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου προκύπτει από τον εξής τύπο:
Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους =

$$\frac{\text{Μικτά Κέρδη χρήσεως}}{\text{Έσοδα από Παρεχόμενες Υπηρεσίες}} \times 100$$

Ο αριθμητής αναφέρεται στα μικτά κέρδη χρήσεως της επιχείρησης χωρίς να συμπεριλαμβάνονται τα ετήσια συνολικά έσοδα από παρεχόμενες υπηρεσίες καθώς

και το κόστος των υπηρεσιών αυτών. Στον συγκεκριμένο αριθμοδείκτη πρέπει να έχουμε μια μεγάλη τιμή, καθώς αυτή αντικατοπτρίζει ισχυρή οικονομική θέση από άποψη κερδών όπως και χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών (Νιάρχος, 2004).

9.5.2 Αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου ή καθαρού κέρδους

Ο αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου ή καθαρού κέρδους αποτυπώνεται από τον τύπο κάτωθι :

Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους =

$$\frac{\text{Καθαρά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως}}{\text{Έσοδα από Παρεχόμενες Υπηρεσίες}} \times 100$$

Εκφράζει τα καθαρά κέρδη που διαθέτει η επιχείρηση τα οποία προκύπτουν προσθέτοντας στα μικτά κέρδη της επιχείρησης τα έσοδα εκμεταλλεύσεως, έκτακτα έσοδα, τόκοι πιστωτικοί και αφαιρώντας τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας, έκτακτα έξοδα, χρεωστικοί τόκοι και έξοδα λειτουργίας διαθέσεως.

Η τιμή του αριθμοδείκτη αυτού πρέπει να είναι υψηλή έτσι ώστε η επιχείρηση να θεωρείται επικερδής και ο υπολογισμός του θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός για τις προβλέψεις που εφαρμόζει η διοίκηση ως προς τα μελλοντικά καθαρά κέρδη της εταιρείας.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντική κρίνεται η διαχρονική παρακολούθηση και μελέτη μεταξύ των αριθμοδεικτών μεικτού κέρδους και καθαρού κέρδους, διότι σε περίπτωση που ο αριθμοδείκτης μεικτού κέρδους δεν παρουσιάζει διαχρονικά κάποια μεταβολή ενώ κατά το ίδιο χρονικό διάστημα ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους μειωθεί, αυτό φανερώνει μια ασύμμετρη αύξηση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Αντιθέτως, εάν ο αριθμοδείκτης μεικτού κέρδους μειωθεί διαχρονικά ενώ ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους δεν παρουσιάσει μεταβολή, αυτό φανερώνει μια ασύμμετρη αύξηση του κόστους πωληθέντων σε σχέση με τα έσοδα πωλήσεων της επιχείρησης (Νιάρχος, 2004).

9.5.3 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων

Ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων αποτυπώνεται με τον ακόλουθο τύπο: *Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων* =
$$\frac{\text{Καθαρά Κέρδη Χρήσης}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετρά την αποτελεσματικότητα με την οποία τα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης απασχολούνται με αυτήν και αποτελεί βασικό δείκτη στη διοίκηση μιας εταιρείας. Η επιχείρηση χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τα κεφάλαια της και ευημερεί, στην περίπτωση που η τιμή του εν λόγω αριθμοδείκτη είναι υψηλή. Ενώ, η επιχείρηση βιώνει μη ευνοϊκές οικονομικές συνθήκες και υπερεπενδύει τα κεφάλαια της, όταν η τιμή του αριθμοδείκτη αυτού είναι χαμηλή (Νιάρχος, 2004).

9.5.4 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων

Ο τύπος από τον οποίο προκύπτει ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων (ROA) είναι ο εξής:

$$\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικών Κεφαλαίων} = \frac{\text{Κέρδη προ φόρων}}{\text{Συνολικά κεφάλαια (\%)}}$$

Τα συνολικά κεφάλαια αποτελούνται από τα ίδια κεφάλαια δηλαδή τα κεφάλαια των μετόχων της εταιρείας καθώς και από τα ξένα δηλαδή από τραπεζικά δάνεια ή πιστωτικές κινήσεις προμηθευτών. Ο δείκτης αυτός μας δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να αξιοποιεί τα Συνολικά Κεφάλαια της και κατά πόσο παράγει κέρδη από αυτά. Με λίγα λόγια αποτελεί μια ένδειξη του κατά πόσο αποδοτικά είναι τα επενδεδυμένα συνολικά κεφάλαια έτσι μια αύξηση στις τιμές του αριθμοδείκτη σημαίνει μεγαλύτερη απόδοση των κεφαλαίων (Αποστόλου, 2015).

9.5.5 Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού

Ο τύπος του αριθμοδείκτη αποδοτικότητας του ενεργητικού ακολουθεί κάτωθι:

$$\text{Αριθμοδείκτης Απόδοσης του Συνόλου του Ενεργητικού} = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Μ.Ο Ενεργητικού}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετρά την ικανότητα της επιχείρησης να δημιουργεί κέρδη μέσω της χρησιμοποίησης του ενεργητικού και συγκεκριμένα μέσω των περιουσιακών της στοιχείων συγκρίνοντας τα περιουσιακά στοιχεία που βοήθησαν στη δημιουργία των κερδών με τα τελικά κέρδη (Τουρνά, 2015).

9.6 Αριθμοδείκτες διάρθρωσης κεφαλαίων και βιωσιμότητας

Η κατηγορία των αριθμοδεικτών αυτών ενδείκνυται περισσότερο για ανάλυση της οικονομικής βιωσιμότητας μιας επιχείρησης σε μακροχρόνιο επίπεδο, αφού εξετάζει τις διάφορες μορφές κεφαλαίων και την ορθή χρήση αυτών για την χρηματοδότηση της.

Τα κεφάλαια μιας επιχείρησης χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες, τα ίδια κεφάλαια και τα ξένα κεφάλαια. Τα ίδια κεφάλαια (καθαρή θέση) μιας επιχείρησης αποτελούνται από το μετοχικό κεφάλαιο, τις επιχορηγήσεις επενδύσεων, τα αποθεματικά κεφάλαια, τις διαφορές αναπροσαρμογής των περιουσιακών της στοιχείων, το υπόλοιπο κερδών ή ζημιών εις νέο και τα ποσά που προορίζονται για αύξηση κεφαλαίου. Τα ξένα κεφάλαια μιας επιχείρησης είναι δανειακά χρήματα και περιλαμβάνουν τις βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες υποχρεώσεις της. Τα ίδια κεφάλαια δεν αποδίδονται προκαθορισμένα και δεν είναι γνωστός ο χρόνος επιστροφής τους καθώς η παροχή των μερισμάτων προς τους μετόχους, πραγματοποιείται μετά από απόφαση της γενικής συνέλευσης των μετόχων. Αντιθέτως, τα ξένα κεφάλαια είναι αναγκαίο να καλυφθούν σε προκαθορισμένο χρόνο, υπολογίζοντας στο συνολικό ποσό και τους επιπλέον τόκους ανεξαρτήτως της οικονομικής θέσης που βρίσκεται η επιχείρηση.

Η διοίκηση κάθε εταιρείας καλείται να εφαρμόσει σωστές πολιτικές αναφορικά με τη διάρθρωση των κεφαλαίων της, που θα έχουν ως στόχο την επίτευξη ισορροπίας στη διαχείριση ιδίων και ξένων χρημάτων. Θα πρέπει να αποφασίσει, ποιες πηγές χρηματοδότησης θα χρησιμοποιήσει χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την μελλοντική βιωσιμότητα της. Η άριστη κεφαλαιακή διάρθρωση είναι αυτή που επιτυγχάνει την παραπάνω ισορροπία και παράλληλα μειώνει το κόστος των κεφαλαίων της και αυξάνει την αξία των μετοχών της (Νιάρχος, 2004).

Οι πιο σημαντικοί αριθμοδείκτες κεφαλαιακής διάρθρωσης και βιωσιμότητας διακρίνονται κάτωθι :

- Αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς συνολικά κεφάλαια
- Αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς δανειακά κεφάλαια
- Αριθμοδείκτης καλύψεως τόκων
- Αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς πάγια

9.6.1 Αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς συνολικά κεφάλαια

Ο αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς συνολικά κεφάλαια προκύπτει από τον εξής τύπο :

$$\text{Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια} = \frac{\text{Ιδία Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}} \times 100$$
 και παρουσιάζει το ποσοστό χρηματοδότησης που έχουν

καταβάλει οι φορείς της επιχείρησης στο ενεργητικό της.

Ο εν λόγω δείκτης θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός καθώς απεικονίζει την οικονομική κατάσταση και την μακροχρόνια ρευστότητα της επιχείρησης και φανερώνει τυχόν δυσκολίες ως προς την κάλυψη των οφειλών της. Ο αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς συνολικά κεφάλαια είναι αποτελεσματικός όταν κινείται σε υψηλές τιμές φανερώνοντας μια καλή οικονομική κατάσταση της επιχείρησης καθώς είναι σε θέση να εξυπηρετεί τις υποχρεώσεις της. Από την άλλη μεριά, όταν ο εξεταζόμενος αριθμοδείκτης κινείται σε χαμηλές τιμές φανερώνει μια κατάσταση οικονομικής δυσχέρειας της επιχείρησης, παρουσιάζοντας αυξημένες πιθανότητες να προβεί στην κάλυψη των πιθανών νέων ζημιών μέσα από τη χρήση των ιδίων κεφαλαίων (Νιάρχος, 2004).

9.6.2 Αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς δανειακά κεφάλαια

Ο αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς δανειακά κεφάλαια προκύπτει από το πηλίκο κάτωθι :

$$\text{Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια} = \frac{\text{Ιδία Κεφάλαια}}{\text{Δανειακά Κεφάλαια}} \times$$

100 και εξηγεί εάν υπάρχει ή όχι υπερδανεισμός στην επιχείρηση.

Ο συγκεκριμένος αριθμοδείκτης αντικατοπτρίζει την εμπιστοσύνη και ασφάλεια που παρέχει μια επιχείρηση στους δανειστές της. Ο δείκτης εμφανίζοντας τιμές μεγαλύτερες της μονάδας μας φανερώνει ότι τα κεφάλαια που έχουν καταβάλει οι φορείς της επιχείρησης είναι περισσότερα συγκριτικά με τους πιστωτές της, ενώ ταυτόχρονα όσο υψηλότερες τιμές εμφανίζει, τόσο περισσότερο παρουσιάζει εμπιστοσύνη και ασφάλεια στους πιστωτές της (Νιάρχος, 2004).

9.6.3 Αριθμοδείκτης Καλύψεως Τόκων

Ο αριθμοδείκτης κάλυψης τόκων (interest coverage) προκύπτει από το εξής πηλίκο:

$$\text{Αριθμοδείκτης Κάλυψης Τόκων} = \frac{\text{Κέρδη προ τόκων \& φόρων}}{\text{Χρηματοοικονομικά έξοδα-τόκοι χρεωστικοί}}$$

Ο συγκεκριμένος δείκτης κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός για τους δανειστές μιας επιχείρησης αφού μεταφέρει εικόνα της οικονομικής ισχύς της. Ο εν λόγω αριθμοδείκτης μας δείχνει πόσοι είναι οι φόροι των τόκων που καλύπτονται από τα κέρδη που διαθέτει η επιχείρηση για την πληρωμή των τόκων της. Ο δείκτης καλύψεως τόκων εμφανίζοντας υψηλές τιμές προδιαγράφει στους δανειστές την τακτική και έγκαιρη πληρωμή των εσόδων από τόκους. Αντίθετα, στην περίπτωση

που εμφανίζει μικρές τιμές δείχνει την ανάγκη της επιχείρησης για μεγαλύτερη άντληση κεφαλαίων από τις πηγές του χρέους (Αποστόλου, 2015).

9.6.4 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Πάγια

Ο αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς πάγια προκύπτει ως εξής:

$$\text{Αριθμοδείκτης Παγιοποίησης Ιδίων Κεφαλαίων} = \frac{\text{Ιδία Κεφάλαια}}{\text{Σύνολο Καθαρών Παγίων}}$$

Ο εν λόγω αριθμοδείκτης αντικατοπτρίζει τον βαθμό χρηματοδότησης των ακινητοποιήσεων μιας επιχείρησης από τα ίδια κεφαλαία της (Αποστόλου, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10:

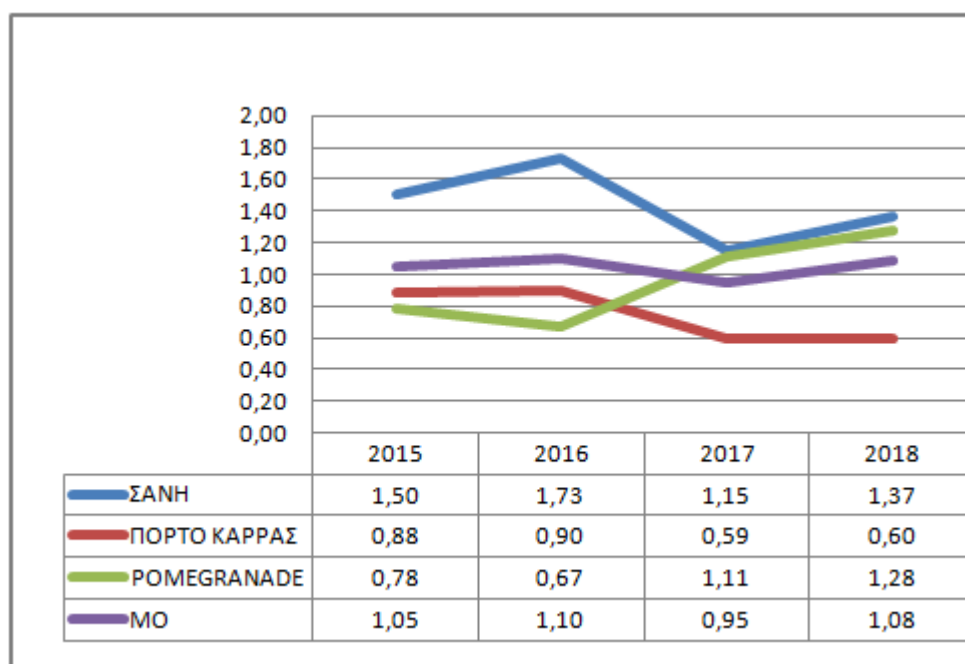
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ

Στις επόμενες ενότητες αναλύεται η χρηματοοικονομική κατάσταση των ξενοδοχειακών εταιρειών Σάνη, Πόρτο Καρράς και Pomegranate του Νομού Χαλκιδικής χρησιμοποιώντας τις τέσσερις κατηγορίες αριθμοδεικτών: ρευστότητας, δραστηριότητας, αποδοτικότητα και διάρθρωσης κεφαλαίου & βιωσιμότητας. Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά τη χρονική περίοδο 2015 – 2018. Παρουσιάζονται 20 διαγράμματα και στο καθένα αναλύεται η χρηματοοικονομική θέση του κάθε ξενοδοχείου διαχρονικά σύμφωνα με τις τιμές των αριθμοδεικτών και συγκρίνεται η μεταξύ τους χρηματοοικονομική κατάσταση.

10.1 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας των Ξενοδοχείων

10.1.1 Γενική Ρευστότητα

Στο Διάγραμμα 6 παρουσιάζεται ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας των τριών ξενοδοχείων. Ακολουθεί η επιμέρους ανάλυση.

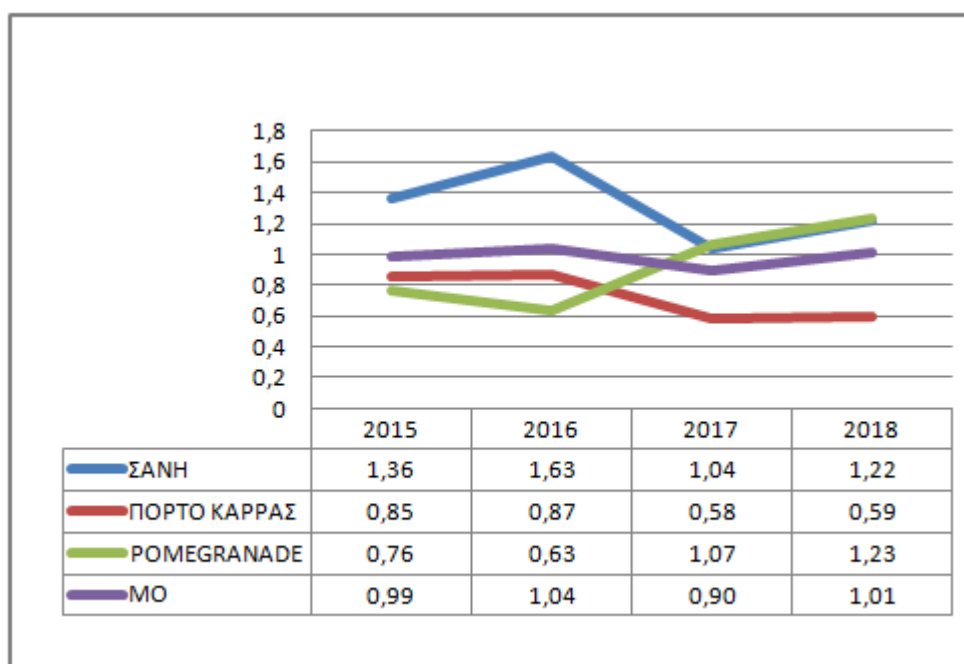


Διάγραμμα 6: Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας

Από τον πίνακα παρατηρείται ότι το ξενοδοχείο Σάνη εμφανίζει σταθερά στα έτη αρκετά ικανοποιητικές τιμές πάνω από την μονάδα προδιαγράφοντας ότι ανταποκρίνεται με ασφάλεια στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του έναντι των υπόλοιπων ξενοδοχείων. Όσον αφορά το ξενοδοχείο Pomegranate το 2017 αρχίζει και ανταποκρίνεται πολύ καλύτερα στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις του συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη.

10.1.2 Άμεση Ρευστότητα

Στο διάγραμμα 7 παρουσιάζεται ο αριθμοδείκτης άμεσης ρευστότητας των τριών ξενοδοχείων.

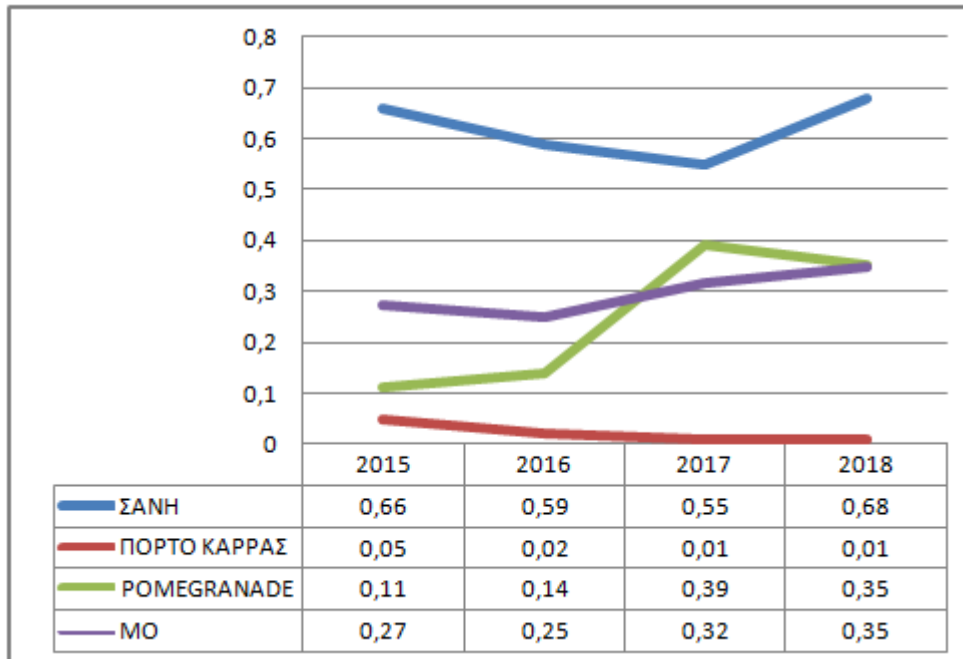


Διάγραμμα 7: Αριθμοδείκτης Άμεσης Ρευστότητας

Παρατηρείται παρόμοια πορεία με τον προηγούμενο δείκτη για όλες τις επιχειρήσεις. Αυτό συμβολίζει ότι οι επιχειρήσεις δεν έχουν μεγάλο αριθμό αποθεμάτων στο ενεργητικό τους.

10.1.3 Ταμειακή Ρευστότητα

Ο πορεία του αριθμοδείκτη ταμειακής ρευστότητας εμφανίζεται στο διάγραμμα 8.



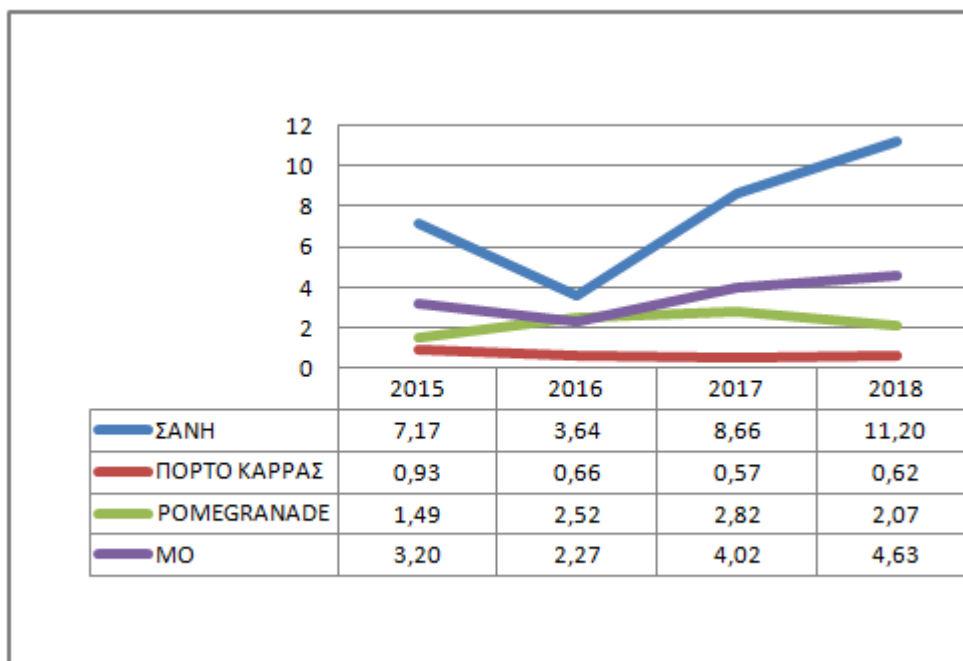
Διάγραμμα 8: Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας

Παρατηρείται ότι η επιχείρηση ΣΑΝΗ σχεδόν σταθερά κατά τη διάρκεια των ετών καλύπτει με το διαθέσιμο ενεργητικό της πιο ικανοποιητικά τις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις της συγκριτικά με την Pomegranate ενώ η Πόρτο Καρράς εμφανίζει σχεδόν μηδενικές τιμές γεγονός που δείχνει ότι είναι σε δύσκολη θέση να ανταπεξέλθει.

10.2 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας των Ξενοδοχείων

Στην παρούσα ενότητα ακολουθούν τα διαγράμματα και οι αναλύσεις των αριθμοδεικτών δραστηριότητας

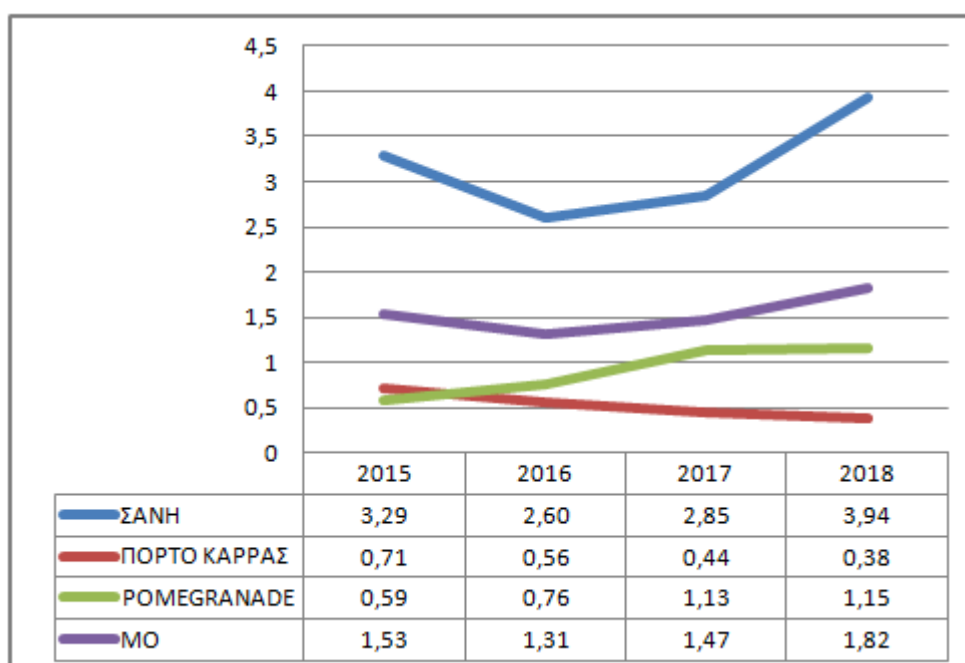
10.2.1 Ταχύτητα Εισπράξεως Απαιτήσεων



Διάγραμμα 9: Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εισπράξεων Απαιτήσεων

Το ξενοδοχείο ΣΑΝΗ εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλές τιμές αποτυπώνοντας ότι οι πωλήσεις καλύπτουν τις απαιτήσεις επαρκώς. Αντιθέτως, το 2^ο εμφανίζει αρκετά χαμηλές τιμές δείχνοντας με τη σειρά του ότι μεγάλο μέρος των πωλήσεων του είναι δεσμευμένο σε εισπρακτέους λογαριασμούς (απαιτήσεις)

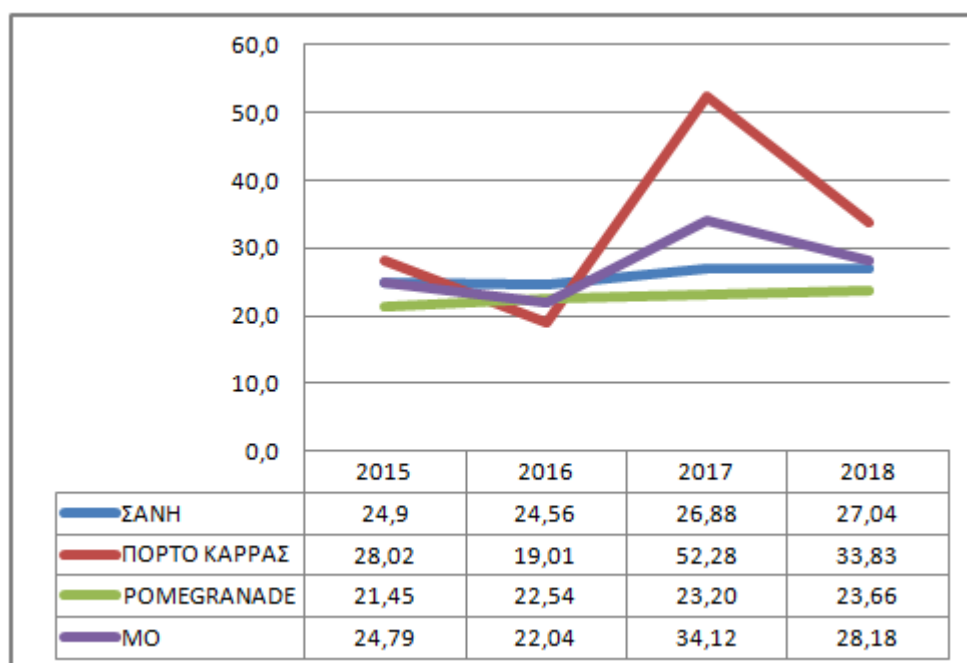
10.2.2 Ταχύτητα Βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων



Διάγραμμα 10: Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων

Παρατηρείται ότι το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών της επιχείρησης ΣΑΝΗ καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της εμφανώς καλύτερα σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Επιπλέον, παρατηρείται βελτίωση των τιμών στην επιχείρηση Pomegranate από το 2015 και μετά ενώ ακριβώς το αντίθετο συμβαίνει στην επιχείρηση Πόρτο Καρράς.

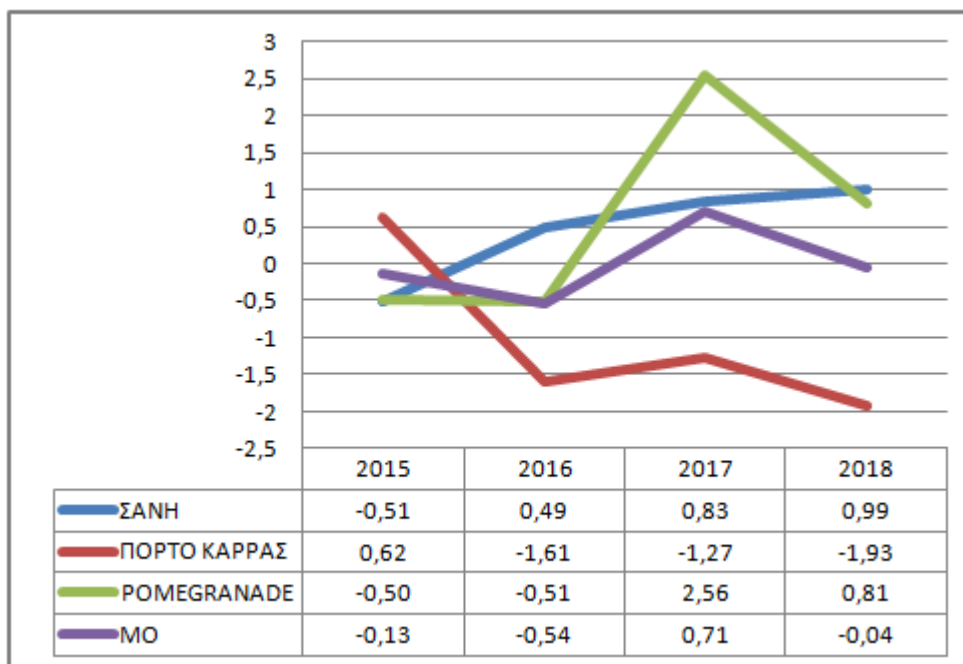
10.2.3 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Αποθεμάτων



Διάγραμμα 11: Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων βλέπουμε πως σε όλα τα ξενοδοχεία παρατηρώντας τον μέσο όρο εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλές τιμές διαχρονικά, δείχνοντας πως τα έσοδα όλων είναι υψηλά και τα αποθέματα χαμηλά οπότε και γίνεται σωστή και αποτελεσματική διαχείριση των αποθεμάτων.

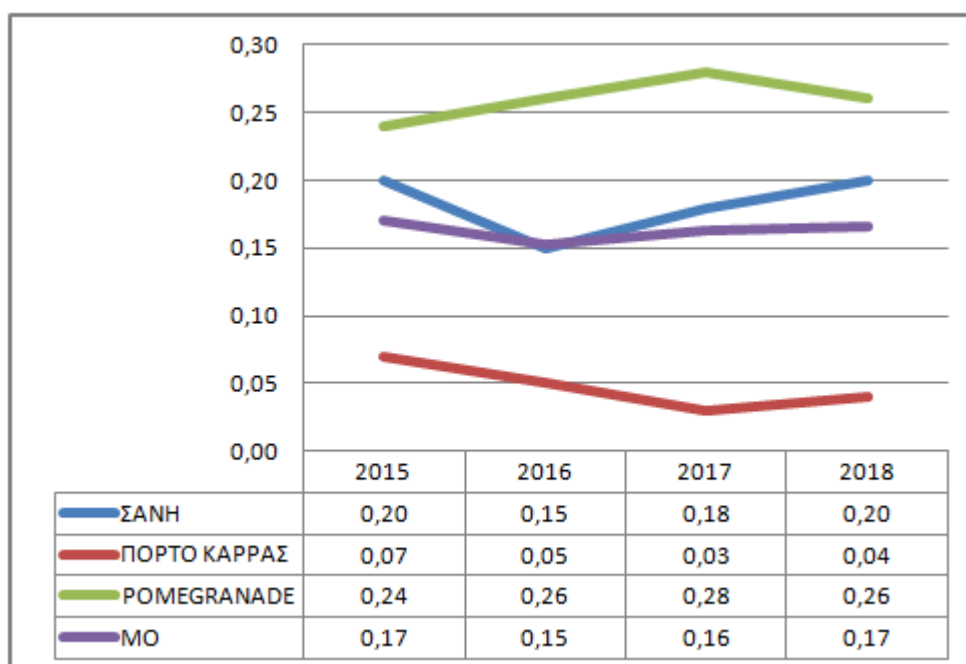
10.2.4 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως



Διάγραμμα 12: Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Κεφαλαίου Κινήσεως

Σύμφωνα με τους ισολογισμούς των ξενοδοχείων, στο Πόρτο Καρράς προκύπτουν αρνητικές τιμές στα έτη 2016-2018 λόγω αρνητικών καθαρών κερδών(ζημιών) και ταυτόχρονα αρνητικού κεφαλαίου κινήσεως αποτυπώνοντας αδυναμία κάλυψης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων με τη χρησιμοποίηση στοιχείων του κυκλοφορούντος ενεργητικού. Στο ΣΑΝΗ παρουσιάζονται διαχρονικά σχετικά καλές τιμές, ενώ το 3ο το 2015 & 2016 ενώ είχε κέρδη είχε αρνητικό κεφάλαιο κίνησης ενώ στα έτη 2017 & 2018 εμφανίζει θετικές τιμές διότι παρουσίασε θετικό κεφάλαιο κίνησης.

10.2.5 Ταχύτητα Κυκλοφορίας Ενεργητικού



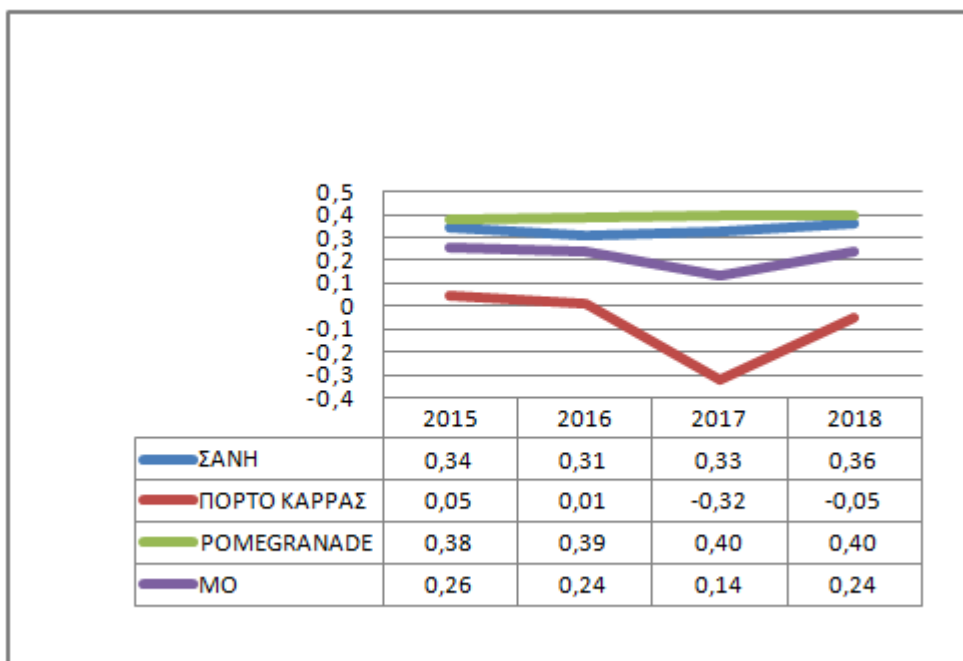
Διάγραμμα 13: Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ενεργητικού

Εδώ παρατηρείται σύμφωνα με τον μέσο όρο των ξενοδοχείων μη ικανοποιητικός ο αριθμοδείκτης αφού παρουσιάζει χαμηλές τιμές διαχρονικά κάτι που σημαίνει πως οι επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούν εντατικά τα περιουσιακά τους στοιχεία σε σχέση με τα έσοδα από τις πωλήσεις τους. Ειδικότερα, στο ξενοδοχείο Πόρτο Καρράς λόγω των ιδιαίτερα χαμηλών τιμών, βλέπουμε πως υπάρχει μη αποτελεσματική αξιοποίηση των περιουσιακών του στοιχείων και ανυπαρξία κυκλοφοριακής ταχύτητας.

10.3 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας των Ξενοδοχείων

10.3.1 Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους

Στο διάγραμμα 14 παρουσιάζεται ο αριθμοδείκτης Μικτού Κέρδους και ακολουθεί η ανάλυση για τα τρία ξενοδοχεία.

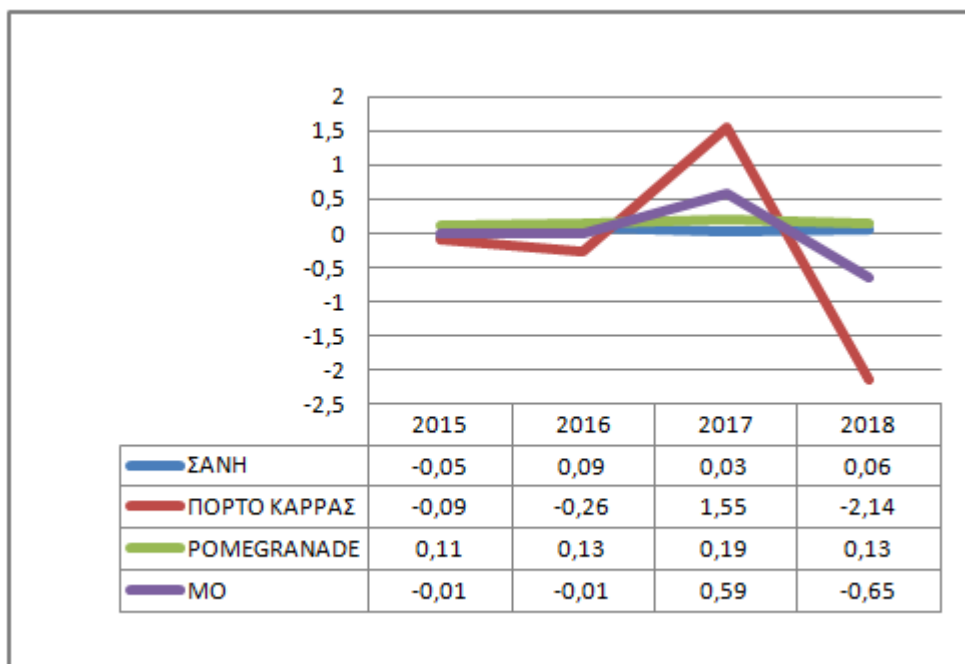


Διάγραμμα 14: Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους

Παρατηρείται στο 1^ο και 3^ο ξενοδοχείο να εκφράζονται παρόμοιες τιμές στον αριθμοδείκτη μεικτού περιθωρίου κέρδους κατά τη διάρκεια των ετών που εξετάζουμε, οι οποίες θεωρούνται ικανοποιητικές από 31% έως 36% για το Σάνη και από 38% έως 40% για το Pomegranate , το οποία αποτυπώνουν καλή οικονομική θέση από άποψη παροχής κερδών και καλή διαχείριση ελαχιστοποίησης του κόστους πωληθέντων. Αντίθετα αυτό δεν συμβαίνει στο 2^ο ξενοδοχείο του πίνακα το οποίο εμφανίζει εξαιρετικά χαμηλές τιμές τα έτη 2015,2016 καθώς και αρνητικές τιμές το 2017,2018 το οποίο συμβαίνει λόγω του ιδιαίτερα αυξημένου κόστους πωλήσεων που έχει η επιχείρηση.

10.3.2 Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους

Στο διάγραμμα 15 παρουσιάζεται ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας του καθαρού κέρδους των εξεταζόμενων ξενοδοχείων.

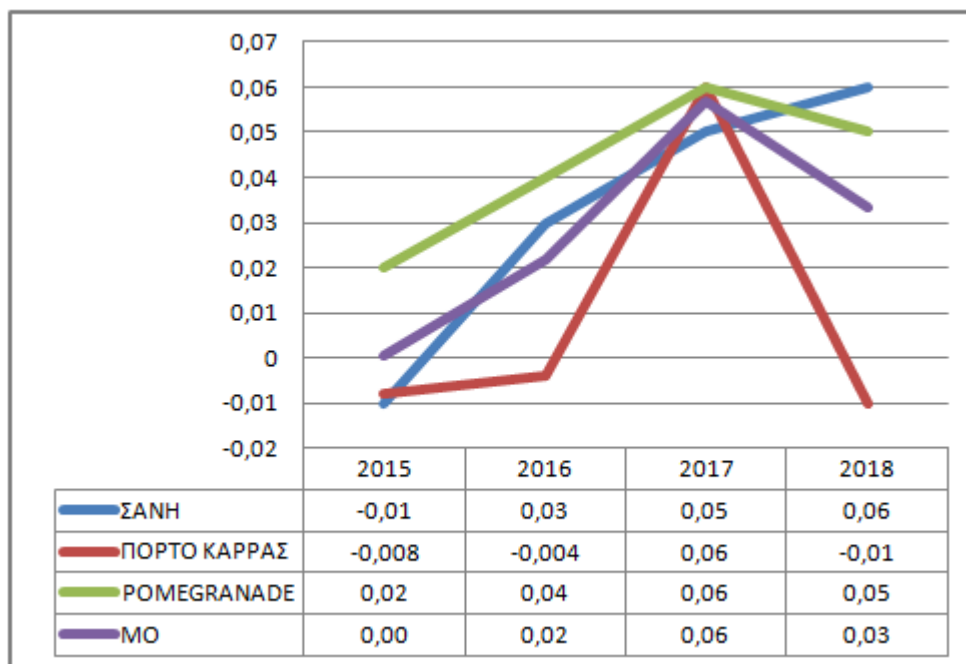


Διάγραμμα 15: Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Κέρδους

Εδώ παρατηρούμε πως πιο επικερδής επιχείρηση ορίζεται το ξενοδοχείο Pomegranate παρουσιάζοντας τις υψηλότερες τιμές έναντι των υπολοίπων, φτάνοντας με το μεγαλύτερο ποσοστό τάξεως 19% τη χρονιά 2017. Ακολουθεί η επιχείρηση ΣΑΝΗ παρουσιάζοντας χαμηλά καθαρά κέρδη, ενώ η επιχείρηση Πόρτο Καρράς παρουσιάζει ζημίες πράγμα που εξηγεί τους αρνητικούς δείκτες καθαρού περιθωρίου κέρδους. Η τελευταία σύμφωνα με τον ισολογισμό το 2017 παρουσιάζει θετικό υψηλό δείκτη από κέρδη από αποτίμηση ιδιοχρησιμοποιούμενων επενδυτικών ακινήτων.

10.3.3 Αποδοτικότητα Συνολικών Κεφαλαίων

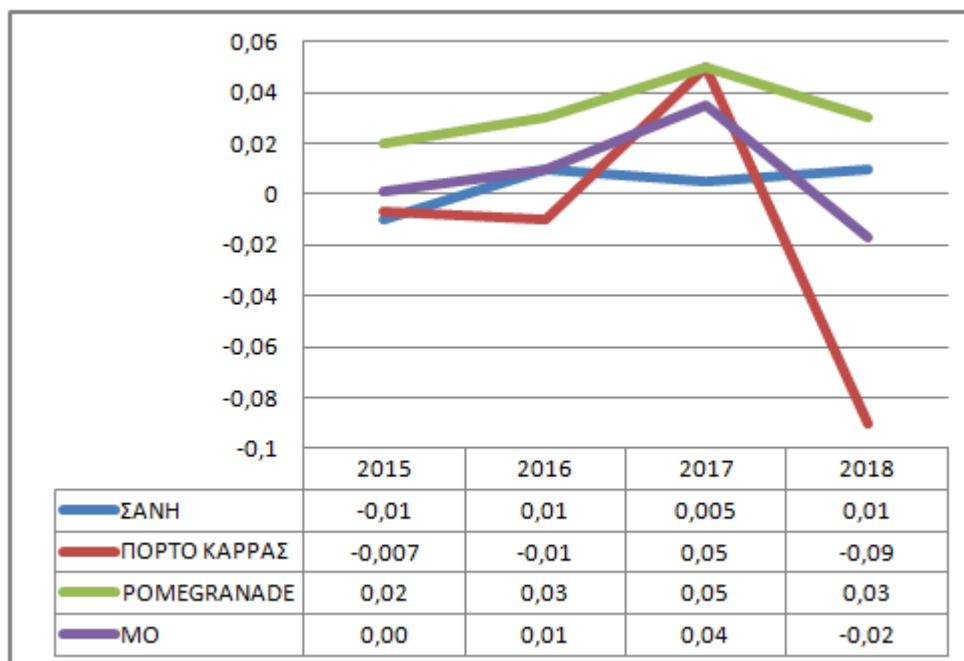
Ακολουθεί το διάγραμμα 16 με την αποδοτικότητα των συνολικών κεφαλαίων.



Διάγραμμα 16: Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Συνολικών Κεφαλαίων

Παρατηρείται πάλι στο 2^ο ξενοδοχείο εξαιτίας των ζημιών που είχε η επιχείρηση αρνητικές τιμές διαχρονικά, καθώς και στα άλλα ξενοδοχεία ιδιαίτερα χαμηλές τιμές γεγονός που δείχνει πολύ χαμηλό βαθμό χρησιμοποίησης των περιουσιακών τους στοιχείων.

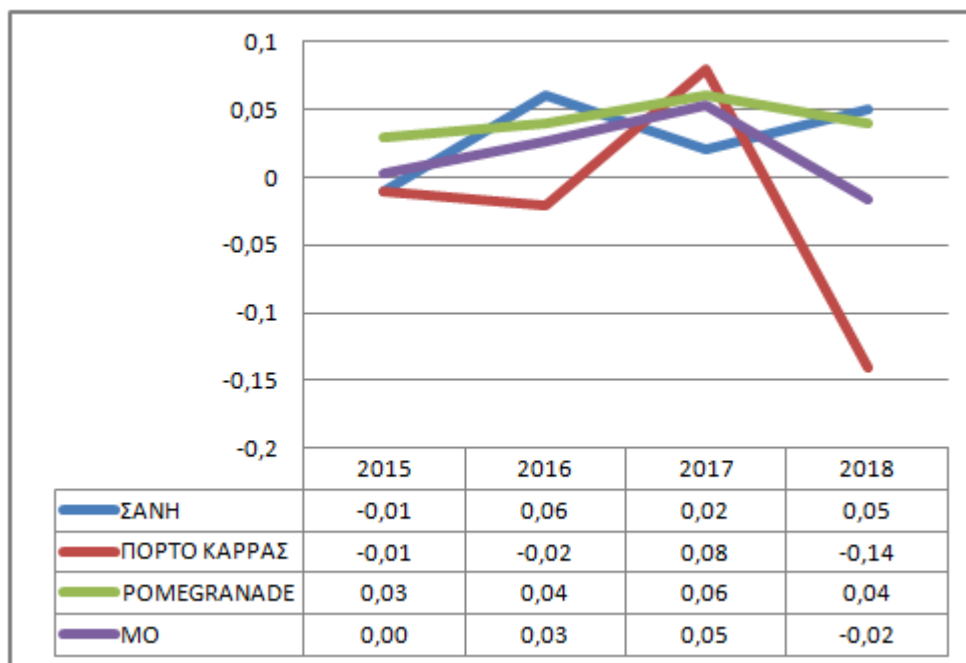
10.3.4 Αποδοτικότητα Ενεργητικού



Διάγραμμα 17: Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού

Στον αριθμοδείκτη αποδοτικότητας ενεργητικού εμφανίζονται αρκετά χαμηλές τιμές σε όλα τα ξενοδοχεία κατά τη διάρκεια των ετών. Αυτό σημαίνει όπως και στον δείκτη αποδοτικότητας συνολικών κεφαλαίων πως η επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούν αποδοτικά και εντατικά τα περιουσιακά τους στοιχεία.

10.3.5 Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων

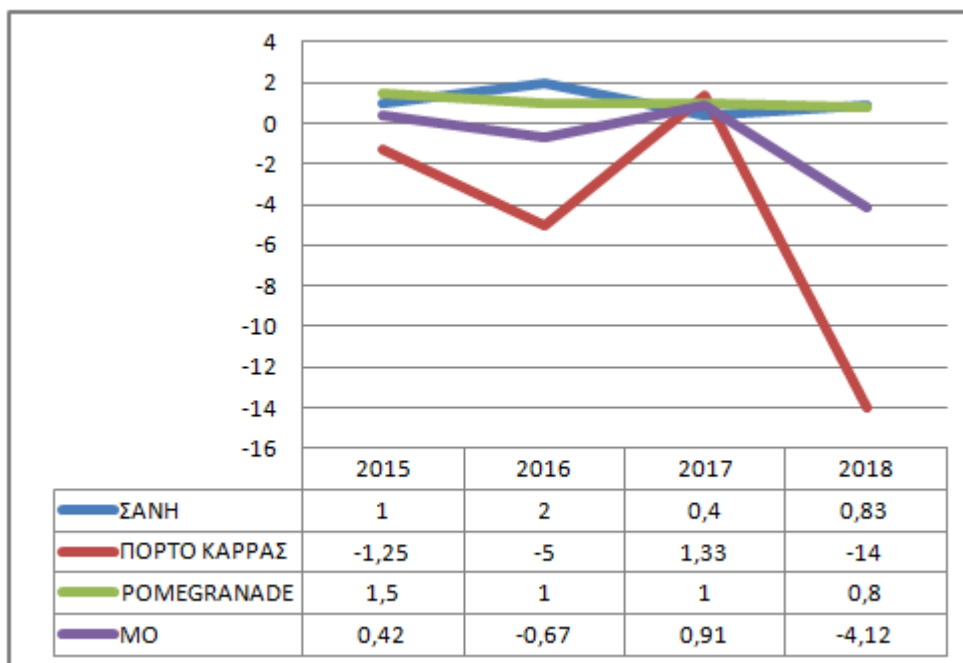


Διάγραμμα 18: Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων

Στο διάγραμμα 18 βλέπουμε ξεκάθαρα πως ο ΜΟ των ξενοδοχείων διαχρονικά κινείται σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα ερμηνεύοντας πως οι εταιρίες δεν χρησιμοποιούν αποδοτικά τα ίδια κεφάλαια τους καθώς και την υπερεπένδυση αυτών από τους μετόχους χωρίς την ύπαρξη μεγάλου μεγέθους κερδών.

10.3.6 Οικονομική Μόχλευση

Παρακάτω σύμφωνα με το διάγραμμα 19 αναλύεται η οικονομική μόχλευση.



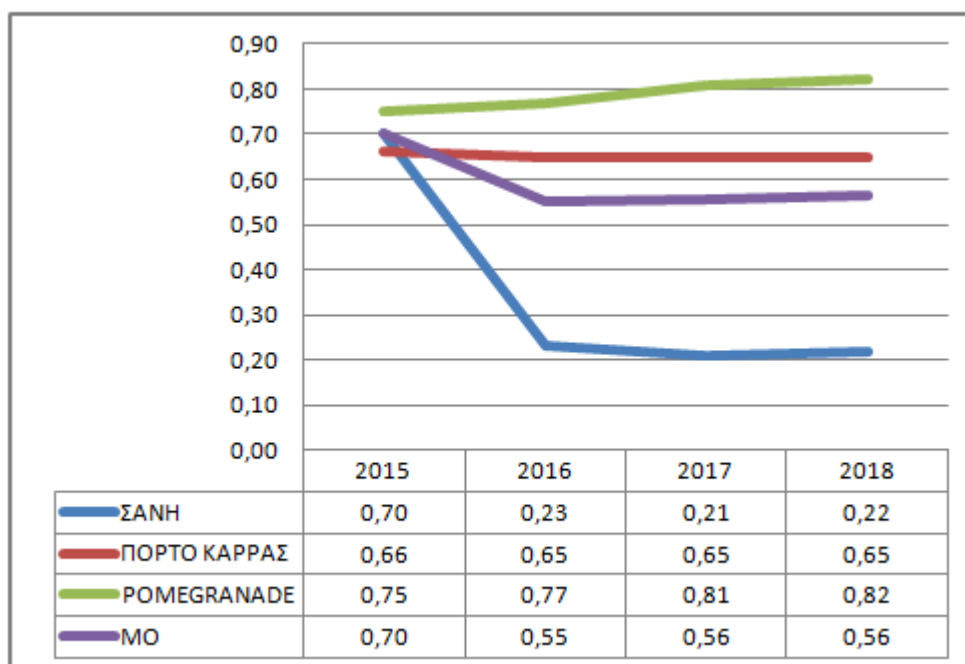
Διάγραμμα 19: Αριθμοδείκτης Οικονομικής Μόγλευσης

Ο αριθμοδείκτης οικονομικής μόγλευσης στο ξενοδοχείο ΣΑΝΗ κινείται σε ικανοποιητικές τιμές τις χρονιές 2015 , 2016 ενώ παρουσιάζει τιμές κάτω τις μονάδας τα δύο επόμενα έτη. Παρόμοια πορεία εμφανίζει το 3^ο ξενοδοχείο έχοντας μόνον το έτος 2018 τιμή κάτω τις μονάδας, γεγονός που αποτυπώνει πως οι επιχειρήσεις επωφελούνται από τη χρήση ξένων κεφαλαίων. Το Πόρτο Καρράς όπως φαίνεται και στο γράφημα, δείχνει πως ο δανεισμός της επιχείρησης από τρίτους δεν είναι επικερδής πράγμα που ήδη έχουμε διαπιστώσει και με αναλύσεις προηγούμενων δεικτών.

10.4 Αριθμοδείκτες Διάρθρωσης Κεφαλαίων & Βιωσιμότητας των Ξενοδοχείων

Στην παρούσα ενότητα ακολουθούν τα διαγράμματα και οι αναλύσεις των αριθμοδεικτών Διάρθρωσης Κεφαλαίων & Βιωσιμότητας.

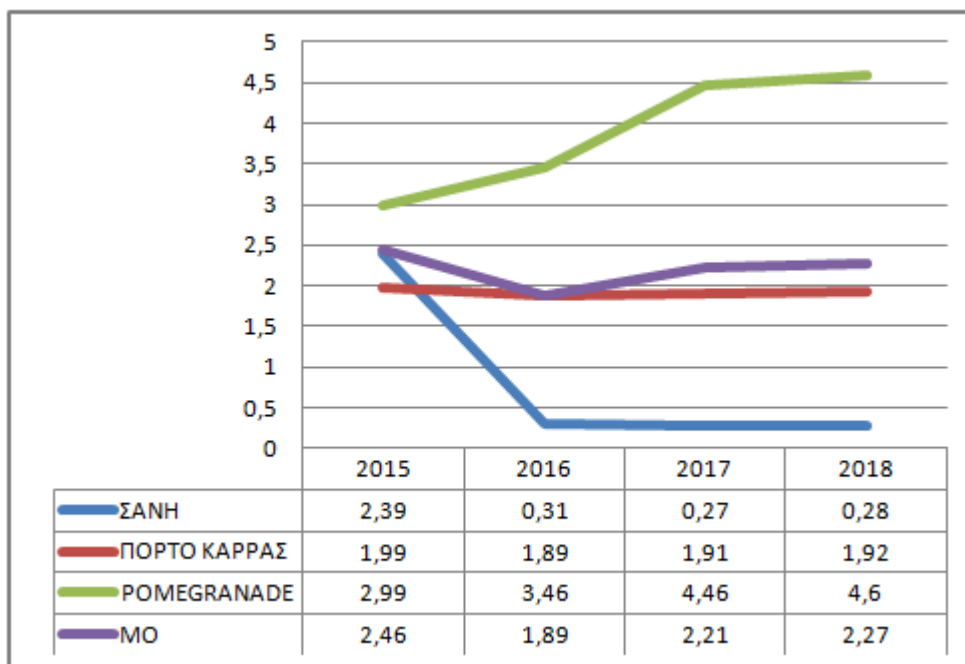
10.4.1 Ιδία Κεφαλαία προς Συνολικά Κεφάλαια



Διάγραμμα 20: Ιδία προς Συνολικά Κεφάλαια

Στην επιχείρηση Σάνη παρατηρούμε πως τα τρία τελευταία έτη ο δείκτης εμφανίστηκε αρκετά χαμηλός κάτι που σημαίνει πως αντιμετωπίζει σχετική δυσχέρεια για την εξόφληση των υποχρεώσεων της. Στο 2^ο ξενοδοχείο δεν παρατηρούμε μεταβολές διαχρονικά. Ο δείκτης παρουσιάζει μικρή άνοδο κατά το πέρασμα των ετών και τις πιο μεγάλες τιμές στο 3^ο ξενοδοχείο φανερώνοντας μια καλή οικονομική κατάσταση της επιχείρησης και ευχέρεια ως προς την εξυπηρέτηση των οφειλών της.

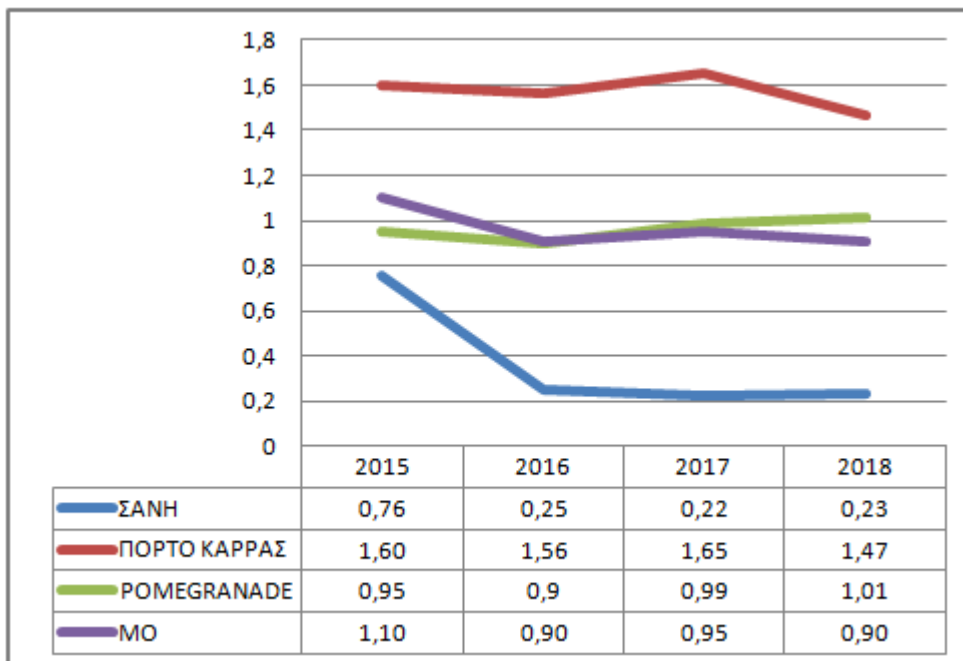
10.4.2 Ιδία Κεφάλαια προς Δανειακά Κεφάλαια



Διάγραμμα 21: Ιδία προς Δανειακά Κεφάλαια

Παρατηρώντας το διάγραμμα 21 διαπιστώνουμε πως το ξενοδοχείο Σάνη εμφανίζει τη πιο χαμηλή τιμή (0,28) συγκριτικά με τα άλλα δύο προδιαγράφοντας πως υπάρχει υπερδανεισμός στην εταιρεία και έλλειψη ιδίων κεφαλαίων. Στο Πόρτο Καρράς διαγράφει μια καλή και ομαλή πορεία ο δείκτης του διαχρονικά με τιμές μεγαλύτερες τις μονάδας. Όσον αφορά το Pomegranate έχει ξεκάθαρα μια αυξητική πορεία σε όλα τα έτη με υψηλές τιμές διασφαλίζοντας την ύπαρξη ιδίων κεφαλαίων και την υπεροχή τους έναντι των ξένων.

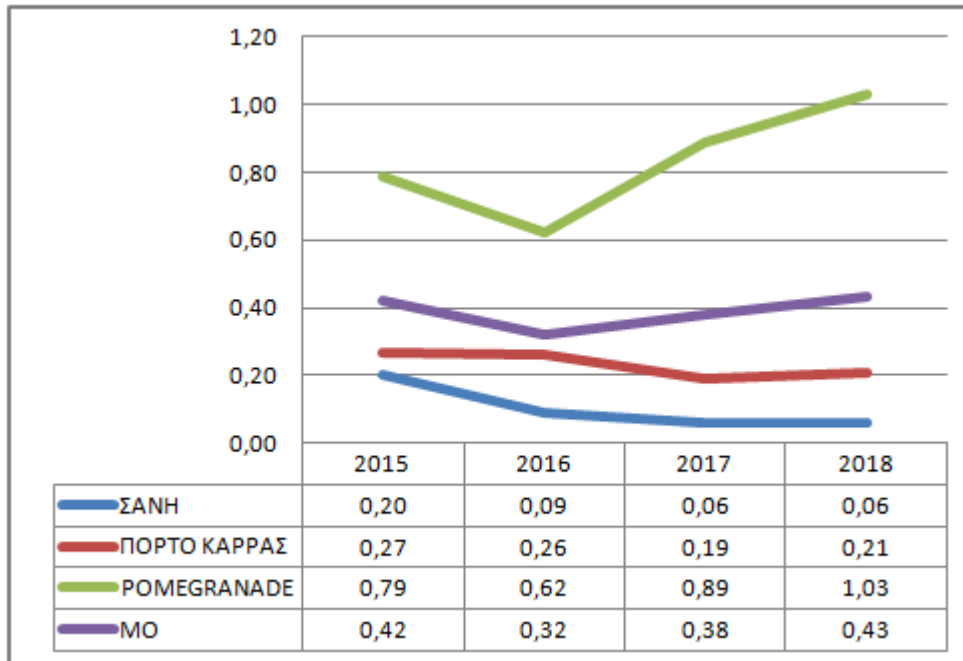
10.4.3 Ιδία Κεφάλαια προς Πάγια



Διάγραμμα 22: Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Πάγια

Παρατηρείται στην 1^η επιχείρηση ο αριθμοδείκτης να είναι μικρότερος από την μονάδα και διαχρονικά να εμφανίζονται χαμηλές τιμές σηματοδοτώντας πως χρησιμοποιήθηκαν και ξένα κεφάλαια για τις επενδύσεις των παγίων. Η Pomegranate έχοντας τιμές κοντά στην μονάδα, παρουσιάζει μια καλύτερη αναλογία ως προς την παραπάνω σχέση ενώ στην Πόρτο Καρράς κατά τη πάροδο των ετών ο αριθμοδείκτης της έχει τιμές μεγαλύτερες της μονάδας κάτι που σημαίνει πως οι επενδύσεις των παγίων πραγματοποιήθηκαν από τους μετόχους της εταιρείας.

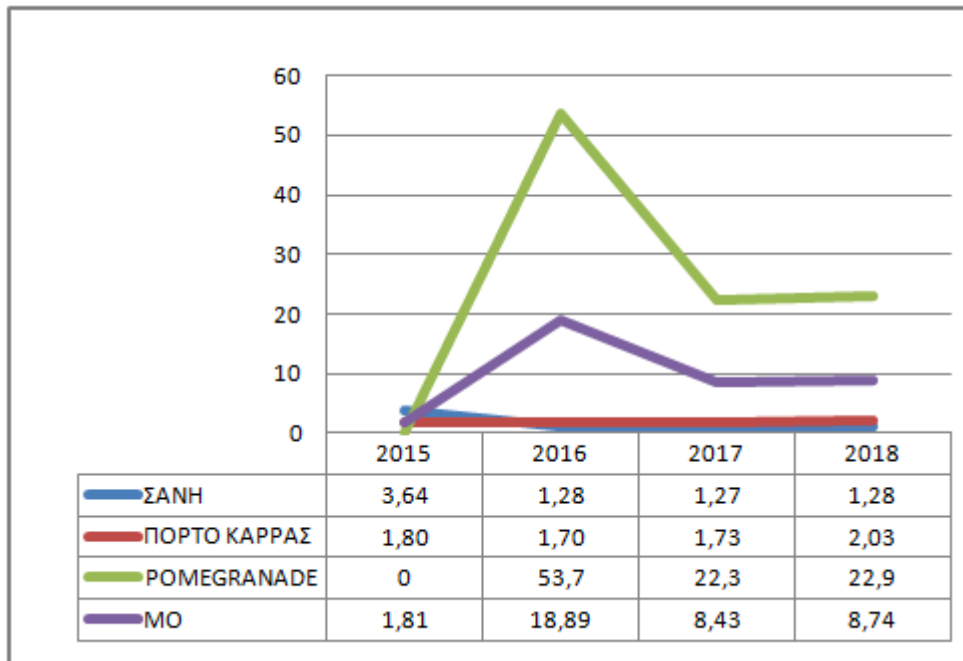
10.4.4 Κυκλοφορούν ενεργητικό προς συνολικές υποχρεώσεις



Διάγραμμα 23: Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις

Ο συγκεκριμένος δείκτης παρουσιάζεται αρκετά χαμηλός στο 1^ο και 2^ο ξενοδοχείο δείχνοντας πως οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων δεν εξοφλούνται από τα κεφάλαια κινήσεως τους, με το Σάνη να εμφανίζει τις χαμηλότερες τιμές λόγω των μεγαλύτερου όγκου υποχρεώσεων που διαπιστώσαμε και προηγουμένως. Τέλος, στο 3ο παρατηρώντας τις τιμές του αριθμοδείκτη, βλέπουμε πως βρίσκεται σε καλύτερη κατάσταση ως προς την εξόφληση των υποχρεώσεων του συγκριτικά με τα υπόλοιπα.

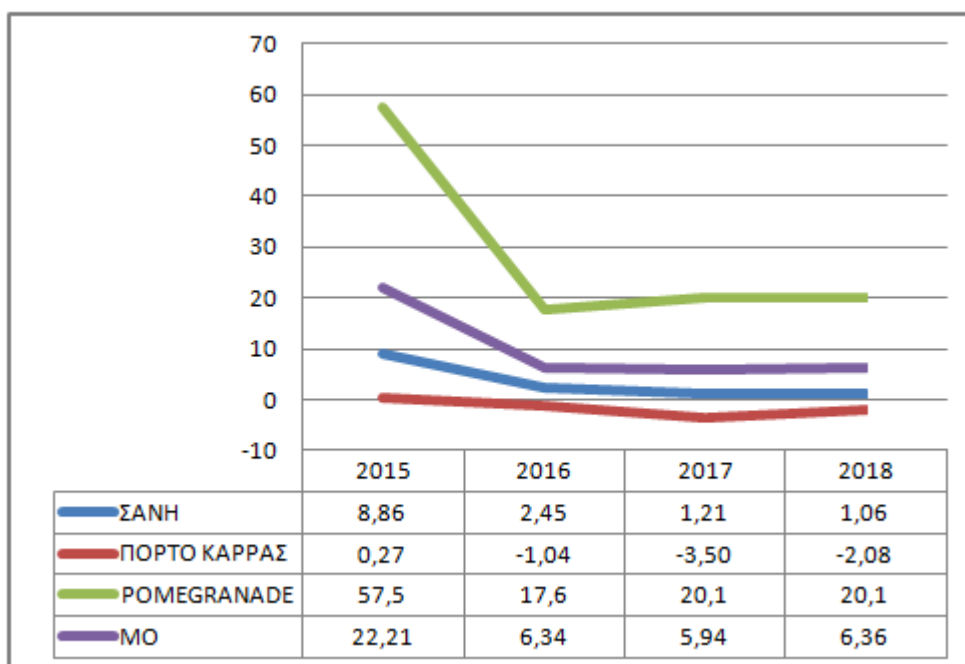
10.4.5 Πάγιο Ενεργητικό προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις



Διάγραμμα 24: Πάγια προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Ο δείκτης πάγιο ενεργητικό προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις στις επιχειρήσεις Σάνη και Πόρτο Καρράς έχει τιμές μεγαλύτερες της μονάδος κάτι που σημαίνει πως τα πάγια είναι περισσότερα από τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, δηλαδή δεν πραγματοποιήθηκε υπερδανεισμός για τη χρηματοδότηση των πάγιων περιουσιακών τους στοιχείων, με καλύτερη αναλογία να εμφανίζει το 2^ο αφού έχει μικρότερο βαθμό μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων έναντι του 1^{ου}. Όσον αφορά το ξενοδοχείο Pomegranate με εξαίρεση τη χρονιά 2015 οπού λόγω εμφάνισης μηδενικών μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων δεν υφίσταται τιμή στον αριθμοδείκτη, παρατηρούμε τον δείκτη να κινείται σε πολύ μεγάλα επίπεδα λόγω των χαμηλών μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων που είχε η επιχείρηση ειδικά το έτος 2016 (53,7) και αυτό οφείλεται στο ότι η επιχείρηση είναι νεοεισερχόμενη στον χώρο.

10.4.6 Καλύψεως Τόκων



Διάγραμμα 25: Αριθμοδείκτης Καλύψεως Τόκων

Στο 3^ο ξενοδοχείο επαναλαμβάνονται πολύ μεγάλες τιμές στον αριθμοδείκτη κάτι που σημαίνει πως η επιχείρηση έχει μεγάλη ασφάλεια ως προς την εξόφληση των τόκων στους δανειστές της. Στο Πόρτο Καρράς ο δείκτης καταγράφει αρνητικές τιμές από το 2016 έως το 2018 λόγω ύπαρξης ζημιών προ τόκων & φόρων, εμφανίζοντας την ανικανότητα που έχει στην πληρωμή των τόκων. Όσον αφορά το Σάνη ο αριθμοδείκτης του φθίνει διαχρονικά, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται εν μέρει ο κίνδυνος αθέτησης εξόφλησης των υποχρεώσεων του.

Συμπεράσματα

Στην παρούσα μελέτη αναλύσαμε την χρηματοοικονομική κατάσταση των ξενοδοχείων Χαλκιδικής Σάνη, Πόρτο Καρράς, και Pomegranate για τη περίοδο 2015 – 2018. Τα αποτελέσματα της μελέτης συνοψίζονται ως εξής:

- Η ρευστότητα της εταιρείας Σάνη κρίνεται ικανοποιητική κατά τη διάρκεια των ετών λόγω του ότι τα διαθέσιμα της και τα αποθέματα της αυξάνονται διαρκώς. Η εταιρεία Pomegranate έχει ανοδική πορεία στα έτη ως προς την ρευστότητα της το οποίο συμβαίνει διότι τα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού της αυξάνουν ενώ παράλληλα οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις παραμένουν χαμηλές. Στην εταιρεία Πόρτο Καρράς το επίπεδο ρευστότητας κρίνεται μη ικανοποιητικό αφού τα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού της εταιρείας είναι ιδιαίτερα χαμηλά συγκριτικά με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις που παραμένουν υψηλές, έτσι και καθίσταται να βρίσκεται στο χειρότερο επίπεδο ρευστότητας έναντι των υπολοίπων εταιρειών.
- Η ταχύτητα είσπραξης των απαιτήσεων της ξενοδοχειακής επιχείρησης Σανη βελτιώθηκε σημαντικά τα τελευταία δυο έτη καθώς υπήρξε αύξηση στον κύκλο εργασιών της και ταυτόχρονη μείωση των απαιτήσεων της. Στην Pomegranate δεν παρατηρείται βελτίωση στην ταχύτητα είσπραξης των απαιτήσεων κυρίως λόγω του ότι δεν αυξάνει σημαντικά ο κύκλος εργασιών της στα εξεταζόμενα έτη. Στη χειρότερη θέση βρίσκεται η επιχείρηση Πόρτο Καρράς, αφού οι πωλήσεις της βρίσκονται διαχρονικά σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές δείχνοντας ότι αφορούν πιστωτικές πωλήσεις και όχι πωλήσεις τις μετρητοίς.
- Η ταχύτητα εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων του ξενοδοχείου Σανη βελτιώθηκε το 2018 αφού κατάφερε τη μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων επιδιώκοντας την βελτίωση της εικόνας του στους πιστωτές του. Το Pomegranate κατάφερε σταδιακή βελτίωση της ταχύτητας εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων στην τετραετία δείχνοντας και αυτό την επίτευξη της συνεχόμενης

μείωσης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων και την προσπάθεια μετάδοσης μιας φερέγγυας εικόνας στους πιστωτές του. Το ξενοδοχείο Πόρτο Καρράς παρουσιάζει δυσκολία στην ταχύτητα εξόφλησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων σταθερά στην τετραετία κυρίως λόγω των δανειακών υποχρεώσεων του που παραμένουν σε υψηλά επίπεδα διαχρονικά.

- Σύμφωνα με τους δείκτες αποδοτικότητας μικτού και καθαρού κέρδους η χειρότερη χρονιά από άποψη κερδοφορίας για το ξενοδοχείο Σάνη ήταν το 2015 αφού τότε παρουσίασε ζημίες, παρόλα αυτά ακολουθεί βελτίωση στα επόμενα έτη. Στο ξενοδοχείο Pomgranate παρουσιάζουν αυξομειώσεις οι δείκτες αποδοτικότητας του όμως καθίσταται το πιο επικερδές στην τετραετία έναντι των υπολοίπων. Στο Πόρτο Καρράς εμφανίζουν αρνητικές τιμές όλοι οι δείκτες αποδοτικότητας κατά τη διάρκεια των εξεταζόμενων ετών λόγω των ζημιών που παρουσιάζει το ξενοδοχείο, με εξαίρεση το 2017 το οποίο αποτελεί τη καλύτερη χρονιά από άποψη αποδοτικότητας λόγω της ύπαρξης κερδών για εκείνο το έτος. Τέλος σύμφωνα με τους δείκτες αποδοτικότητας συμπεραίνουμε πως σε όλα τα ξενοδοχεία δεν γίνεται επαρκής αξιοποίηση των περιουσιακών τους στοιχείων.
- Η κεφαλαιακή διάρθρωση της επιχείρησης Σάνη παρουσιάζει πτωτική πορεία στην περίοδο 2015 – 2018 και αυτό οφείλεται στο ότι υπάρχει διαχρονική μείωση στα ίδια κεφάλαια της εταιρείας και ταυτόχρονα διαχρονική αύξηση στον δανεισμό και στις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Η κεφαλαιακή διάρθρωση της επιχείρησης Pomgranate ακολουθεί αυξητική πορεία στην τετραετία εξαιτίας του ότι υπήρξε διαχρονική μείωση των ξένων κεφαλαίων της εταιρείας ενώ τα ίδια κεφάλαια παρουσίαζαν αύξηση. Το Πόρτο Καρράς έχει σχεδόν μια αμετάβλητη κεφαλαιακή διάρθρωση και αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι υπάρχει μια διαχρονική ικανοποιητική αναλογία των ιδίων κεφαλαίων προς τα ξένα κεφάλαια της εταιρείας συμπεραίνοντας πως υπάρχει μικρή πιθανότητα μη τήρησης εξυπηρέτησης των υποχρεώσεων της.
- Η ικανότητα κάλυψης των χρεωστικών τόκων της εταιρείας Σάνη κρίνεται καλύτερη στη χρήση 2015 λόγω του ότι οι χρεωστικοί τόκοι

της εταιρείας ήταν εξαιρετικά χαμηλοί. Το παραπάνω αλλάζει στις επόμενες χρήσεις εξαιτίας της μεγέθυνσης του δανεισμού της επιχείρησης έτσι και καταγράφηκε απότομη μείωση στον δείκτη καλύψεως τόκων. Καλύτερη χρονιά για το Pomegranate κρίθηκε το 2015 και αυτό διότι υπήρξε υπερεπαρκής ικανότητα κάλυψης των χρεωστικών τόκων και συναφή εξόδων αφού για εκείνο το έτος δεν υπήρξε τραπεζικός δανεισμός για την εταιρεία. Επιπλέον, κρίθηκε για τη περίοδο 2016-2018 ικανή να εξοφλεί άμεσα και αποδοτικά τους χρεωστικούς της τόκους. Τέλος, η εταιρεία Πόρτο Καρράς με εξαίρεση το 2015 που εμφανίζει κέρδη προ τόκων και φόρων, παρουσιάζει τη περίοδο 2016-2018 ζημίες προ τόκων και φόρων και κρίνεται μη ικανή στην πληρωμή των χρεωστικών της τόκων.

Συμπερασματικά, για το ξενοδοχείο Σάνη θα λέγαμε πως κατά τη διάρκεια της περιόδου 2015 – 2018 κατέκτησε την εικόνα μιας υγιούς επιχείρησης, καταφέροντας μια συνεχή και διαχρονική αύξηση του κύκλου εργασιών, όπου μαζί με την παράλληλη ενίσχυση του τραπεζικού δανεισμού κατάφερε να διατηρήσει σε όλη τη διάρκεια της περιόδου ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα ρευστότητας.

Για το ξενοδοχείο Pomegranate θα λέγαμε πως κρίνοντας το ως μια νεοσύστατη εταιρεία συγκριτικά με τις άλλες δύο εξεταζόμενες, παρουσίασε μια αξιόλογη χρηματοοικονομική εικόνα διαθέτοντας ικανοποιητικά επίπεδα ρευστότητας αυξητικής τάσης, καθώς και έγκαιρη και ολοκληρωτική τακτοποίηση των τραπεζικών δανεισμών του. Επιπρόσθετα, κρίθηκε επικρατέστερο στην αποδοτικότητα έχοντας την καλύτερη αναλογία μικτών και καθαρών κερδών έναντι των υπολοίπων.

Για το ξενοδοχείο Πόρτο Καρράς συμπεραίνουμε πως για τη περίοδο 2015 – 2018 αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα ρευστότητας, απογοητευτικά επίπεδα αποδοτικότητας τα οποία οφείλονται στην συνεχόμενη ύπαρξη ζημιών στο τέλος κάθε χρήσης με αποτέλεσμα να παρακαμάζει η φερέγγυα εικόνα του ξενοδοχείου προς τους προμηθευτές και πιστωτές του.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αληφαντής, Γ. (2008), Χρηματοοικονομική Λογιστική (3η έκδοση), Αθήνα: Πάμισος.

Αποστόλου, Α. (2015), Ανάλυση Λογιστικών – Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων, Αθήνα: ΣΕΑΒ.

Γκίκας, Δ., Παπαδάκη, Α. (2012), Χρηματοοικονομική Λογιστική, Αθήνα: Γ. Μπένου.

Γκίκας, Δ., Παπαδάκη, Α., & Σουγλέ, Γ. (2010), Ανάλυση και Αποτίμηση Επιχειρήσεων, Αθήνα: Γ. Μπένου.

Τκκος, Α., Κουτσός, Σ. (2017), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2016, Αθήνα: INSETE.

Τκκος, Α., Κουτσός, Σ. (2019), Ο τουρισμός στην Ελλάδα και στους κύριους ανταγωνιστικούς προορισμούς 2013-2017, Αθήνα: INSETE.

INSETE (2015), Μελέτη εξειδίκευσης δράσεων σύνδεσης πρωτογενούς και τουριστικού τομέα για υιοθέτηση ολοκληρωμένων στρατηγικών στο πλαίσιο του προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης 2014-2020, Νοέμβριος 2015.

INSETE (2019), Η συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2017, Μάιος 2019.

INSETE (2019), Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας – Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2018, Δεκέμβριος 2019.

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

ΙΤΕΠ (2007), Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός, Τεύχος 24, Νοέμβριος 2007.

ΚΕΠΕ (2014), Οικονομικές Εξελίξεις, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014.

Κόντος, Γ. (2015), Χρηματοοικονομική Λογιστική/ΔΛΠ-ΕΛΠ, Αθήνα: Διπλογραφία.

- Λαλούμης, Δ. (2015), Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Αθήνα: ΣΕΑΒ.
- Νιάρχος, Ν. (2004), Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Αθήνα: Σταμούλη.
- Παπαδέας, Π. (2013), Χρηματοοικονομική λογιστική πληροφόρηση, Αθήνα: Έκδοση ιδίου.
- Παυλόπουλος, Π. (1999), Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού τομέα, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Σφακιανάκης, Μ. (2000), Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Αθήνα: Έλλην.
- Τουρνά-Γερμανού, Ε. (2003), Γενική Λογιστική με ΕΓΛΣ (Δ' έκδοση), Αθήνα: Έκδοση ίδιας.
- Τουρνά, Ε. (2015), Χρηματοοικονομική Λογιστική, Αθήνα: ΣΕΑΒ.
- ICAP GROUP (2017), Κλαδική Μελέτη για τις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις, Νοέμβριος 2017.
- PWC (2018), Ελληνικός Τουρισμός – Η επόμενη μέρα, Νοέμβριος 2018.

Διεθνής Βιβλιογραφία

- Alexander, D. et al (2005), International Financial Reporting and Analysis (2nd edition), UK: Thomson Learning.
- Anthony, R. Glenn, W., and James, R.(1974), Fundamentals of management accounting, RD: Irwin.
- Anthony, R., Reece, J. (1989), Accounting Text and Cases (8th edition), USA: Irwin.
- CLIA (2016), Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015.
- Mathieson, A., Wall, G. (1982), Tourism Economic, Physical and Social Impacts, USA: Longman.
- UNWTO (2008), International Recommendations for Tourism Statistics.

UNWTO (2009), Tourism highlights 2008 Edition and World Tourism Barometer, June 2009.

UNWTO (2008), Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework.

World Tourism Organization (1997), National and Regional Tourism Planning; Methodologies and Case Studies, 3rd edition, London: International Thomson Business Press.

World Travel and Tourism Council (2011), Methodology for producing the 2011 WTTC/OE Travel and Tourism Economic impact research, Oxford: Oxford Economics.

Zelman, W. et al. (2003), Financial Management of Health Care Organizations: An Introduction to Fundamental Tools, Concepts, and Applications, USA: Wiley.

Ιστοσελίδες

- www.businessregistry.gr
- www.icap.gr
- www.insete.gr
- www.iobe.gr
- www.itep.gr
- www.kallipos.gr
- www.pkm.gov.gr
- www.pomegranatespahotel.com
- www.portocarras.com
- www.pwc.com
- www.sani-resort.com
- www.sete.gr
- www.taxheaven.gr

- www.unwto.org

Παράρτημα

Οικονομικές Καταστάσεις

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΑΝΗ	2015	2016	2017	2018
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Μη κυκλοφορούν Ενεργητικό				
Ενσώματα πάγια περιουσιακά στοιχεία	277.015.562	298.239.587	328.238.251	340.425.813
Άυλα περιουσιακά στοιχεία	-	110.672.833	107.378.566	104.027.502
Επενδύσεις σε θυγατρικές επιχειρήσεις	3.180.937	-	-	-
Χρηματοοικονομικά στοιχεία διαθέσιμα προς πώληση	202.946	202.946	201.996	1.996
Παράγωγα χρηματοοικονομικά μέσα	385.929	49.939	-	-
Πελάτες και λοιπές απαιτήσεις	36.570	176.056	116.552	121.056
Σύνολο μη κυκλοφορούντος ενεργητικού	280.821.944	409.341.361	435.935.364	444.576.367
Κυκλοφορούν ενεργητικό				
Αποθέματα	1.576.009	1.837.376	2.025.069	2.306.175
Πελάτες και λοιπές απαιτήσεις	6.863.082	17.985.270	9.427.282	8.688.218
Παράγωγα χρηματοοικονομικά μέσα	-	-	572	-
Τρέχουσες φορολογικές απαιτήσεις	1.476.153	-	-	-
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	7.977.694	10.203.290	10.505.741	10.727.860
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού	17.892.938	30.025.936	21.958.665	21.722.253
Σύνολο ενεργητικού	298.714.882	439.367.296	457.894.029	466.298.621

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2015	2016	2017	2018
Ιδία κεφάλαια				
Μετοχικό κεφάλαιο και αποθεματικό υπέρ το άρτιο	17.732.180	41.820.477	41.820.477	41.820.477
Ιδίες μετοχές	-1.443.085	-	-	-
Λοιπά αποθεματικά	184.952.344	47.166.044	47.166.044	47.166.045
Αποτελέσματα εις νέον	9.458.574	14.894.159	8.411.619	14.275.173
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	210.700.013	103.880.681	97.398.142	103.261.695
Υποχρεώσεις				
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις				
Δανεισμός	11.225.899	241.321.110	268.283.302	283.406.019
Αναβαλλόμενες φορολογικές υποχρεώσεις	60.302.537	71.894.504	68.405.189	58.004.567
Υποχρεώσεις παροχών προσωπικού λόγω εξόδου από την υπηρεσία	891.525	981.409	810.332	871.653
Κρατικές επιχορηγήσεις	3.657.198	3.431.564	3.254.197	3.076.829
Προβλέψεις	-	522.800	687.688	1.868.197
Σύνολο μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων	76.077.159	318.151.387	341.440.707	347.227.265
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις				
Προμηθευτές και λοιπές υποχρεώσεις	6.366.619	10.220.436	12.538.252	10.701.495
Τρέχουσες φορολογικές υποχρεώσεις	-	1.749.552	2.457.379	675.149
Δανεισμός	5.235.454	5.108.247	3.882.181	2.614.959
Χρηματοοικονομικά μέσα	-	-	-	1.640.689
Κρατικές επιχορηγήσεις	335.638	256.993	177.368	177.368
Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	11.937.710	17.335.229	19.055.180	15.809.660
Σύνολο υποχρεώσεων	88.014.869	335.486.616	360.495.887	363.036.925
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων και υποχρεώσεων	298.714.882	439.367.296	457.894.029	466.298.621

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΑΝΗ

	2015	2016	2017	2018
Πωλήσεις	59.815.652	65.541.101	81.712.162	97.382.105
Κόστος πωληθέντων	-39.329.174	-45.504.945	-54.436.795	-62.368.066
Μικτό κέρδος	20.486.478	20.036.156	27.275.367	35.014.039
Έξοδα διάθεσης	-47.546	-143.623	-105.944	-227.070
Έξοδα διοίκησης	-9.819.318	-6.574.144	-8.341.537	-10.864.752
Λοιπά λειτουργικά έσοδα	2.350.761	3.240.536	3.868.151	4.421.420
Λοιπά κέρδη / ζημίες - καθαρά	-8.035.372	-6.913	2.736.497	-776.987
Αποτελέσματα εκμετάλλευσης	4.935.002	16.552.012	25.432.534	27.566.651
Χρηματοοικονομικά έσοδα	75.191	6.383	9.730	6.831
Χρηματοοικονομικά έξοδα	-556.801	-6.534.594	-21.028.559	-25.893.523
Χρηματοοικονομικά έσοδα / έξοδα - καθαρά	-481.610	-6.528.211	-21.018.829	-25.886.692
Κέρδη προ φόρων	4.453.392	10.023.801	4.413.705	1.679.959
Φόρος εισοδήματος	-7.522.504	-3.713.061	-1.987.526	4.210.009
Καθαρά κέρδη / ζημίες χρήσης	-3.069.112	6.310.740	2.426.179	5.889.968

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ

	2015	2016	2017	2018
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Μη κυκλοφορούντα στοιχεία ενεργητικού				
Ιδιοχρησιμοποιούμενα ενσώματα πάγια στοιχεία	196.782.130	198.029.911	212.974.481	200.977.819
Άυλα περιουσιακά στοιχεία	4.736.752	4.738.200	4.727.050	4.719.778
Χρηματοοικονομικά στοιχεία διαθέσιμα προς πώληση	3.726	3.726	3.726	3.726
Επενδύσεις σε ακίνητα	210.391.119	209.216.587	267.080.885	200.370.536
Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	29.109.787	28.216.602	25.054.030	19.769.213
Σύνολο μη κυκλοφορούντων	441.023.513	440.205.026	509.840.173	425.841.072
Κυκλοφορούντα στοιχεία ενεργητικού				
Αποθέματα	1.278.177	1.411.822	516.479	629.115
Απαιτήσεις από κατασκευαστικά συμβόλαια	6.612.414	10.251.926	3.900.989	3.903.546
Απαιτήσεις από πελάτες και λοιπές εμπορικές απαιτήσεις	21.305.360	17.051.497	16.107.706	15.742.724
Λοιπές απαιτήσεις	12.429.068	13.622.827	15.229.624	12.538.635
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	2.403.037	1.112.188	910.389	944.136
Σύνολο κυκλοφορούντων	44.028.056	43.450.259	36.665.187	33.758.157
Σύνολο Ενεργητικού	485.051.570	483.655.285	546.505.359	459.599.229

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ
Ιδία κεφάλαια

Μετοχικό κεφάλαιο	137.048.500	137.048.500	137.048.500	137.048.500
Διαφορά υπέρ το άρτιο	3.458.339	3.458.339	3.458.339	3.458.339
Αποθεματικά από αποτίμηση ακινήτων σε εύλογη αξία	6.455.489	7.242.779	16.875.105	12.451.848
Λοιπά αποθεματικά	16.938.773	16.938.773	16.938.773	16.938.773
Αποτέλεσμα εις νέο	159.434.885	152.133.545	184.624.316	132.312.427
Συναλλαγματικές διαφορές	-169.439	-47.367	149.487	97.083
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	323.166.546	316.774.568	359.094.520	302.306.970

Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις

Αναβαλλόμενες φορολογικές υποχρεώσεις	87.539.533	90.386.596	110.534.835	78.943.581
Υποχρεώσεις παροχών προσωπικού λόγω εξόδου από την υπηρεσία	172.398	186.950	137.305	173.100
Κρατικές επιχορηγήσεις παγίων	16.639.915	14.647.950	12.773.825	12.390.824
Μακροπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις	4.699.674	11.799.735	1.000.061	0
Λοιπές προβλέψεις	1.135.980	-	-	-
Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	1.920.666	1.892.397	1.484.015	9.689.512
Σύνολο μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων	112.108.166	118.913.627	125.930.041	101.197.017

Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

Προμηθευτές και συναφείς υποχρεώσεις	21.861.145	21.958.636	22.455.113	10.597.067
Τρέχουσες φορολογικές υποχρεώσεις	404.919	239.229	3.665	1.934
Βραχυπρόθεσμες δανειακές υποχρεώσεις	3.315.951	9.288.011	22.560.517	23.367.542
Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	24.194.842	16.481.214	16.461.503	22.128.699
Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	49.776.857	47.967.090	61.480.798	56.095.242
Σύνολο υποχρεώσεων	161.885.023	166.880.717	187.410.839	157.292.259
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων και υποχρεώσεων	485.051.570	483.655.285	546.505.359	459.599.229

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ

	2015	2016	2017	2018
Πωλήσεις	37.785.988	27.251.711	20.334.107	20.138.912
Κόστος πωλήσεων	-35.820.189	-26.849.149	-27.005.694	-21.287.642
Μικτό κέρδος / ζημία	1.965.800	402.562	-6.671.587	-1.148.730
Έξοδα διοίκησης	-3.394.001	-3.579.529	-3.716.883	-3.768.021
Έξοδα διάθεσης	-743.682	-837.587	-1.169.142	-1.036.476
Λοιπά έξοδα εκμετάλλευσης	-1.125.339	-2.197.676	-2.467.187	-7.130.001
Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης	3.495.774	4.017.821	3.229.737	7.703.953
Αποτελέσματα εκμετάλλευσης	198.551	-2.194.410	-10.795.062	-5.379.274
Χρηματοοικονομικά έξοδα	-726.804	-2.106.447	-3.079.063	-2.585.374
Χρηματοοικονομικά έσοδα	2.751	1.881	1.394	25.453
Λοιπά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα	-235.366	-8.646	-114.732	-1.636
Κέρδη / ζημίες από αποτίμηση ιδιοχρησιμοποιούμενων και επενδυτικών ακινήτων	6.862.685	-214.668	61.784.533	-64.389.756
Κέρδη / ζημίες προ φόρων	6.101.817	-4.519.964	47.797.071	-72.330.587
Φορολογία εισοδήματος	-9.678.182	-2.773.555	-16.203.164	29.066.562
Κέρδη / ζημίες χρήσης μετά φόρων	-3.576.364	-7.293.519	31.593.907	-43.264.025

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ POMEGRANADE

	2015	2016	2017	2018
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία				
Ενσώματα πάγια περιουσιακά στοιχεία	38.693.126	42.974.978	41.762.483	42.931.004
Λοιπά αυτά πάγια περιουσιακά στοιχεία	293.309	258.188	215.677	173.165
Προκαταβολές και μη κυκλοφορούντα στοιχεία υπό κατασκευή	892.248	35.472	740.826	98.986
Λοιπά χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία	8.804	8.804	19.673	9.673
Σύνολο μη κυκλοφορούντων	39.887.487	43.277.443	42.738.660	43.212.828
Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία				
Αποθέματα	344.722	353.169	366.190	370.895
Εμπορικές απαιτήσεις	6.698.910	4.237.606	3.973.396	5.700.683
Λοιπές απαιτήσεις	1.358.750	914.911	1.042.435	954.916
Προπληρωμένα έξοδα	9.117	22.908	22.900	22.705
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	1.416.645	1.491.176	2.950.023	2.699.102
Σύνολο κυκλοφορούντων	9.828.146	7.019.771	8.354.944	9.748.301
Σύνολο ενεργητικού	49.715.633	50.297.215	51.093.604	52.961.129

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ**Ιδία κεφάλαια**

Κεφάλαιο	36.099.960	36.099.960	36.099.960	36.099.960
Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού	80.706	156.591	268.501	355.170
Αφορολόγητα αποθεματικά	0	380.000	750.400	804.000
Αποτελέσματα εις νέο	1.084.307	2.398.893	4.621.077	6.243.372
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	37.264.972	39.035.445	41.739.938	43.502.502

Υποχρεώσεις**Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις**

Κρατικές επιχορηγήσεις	0	804.000	1.876.000	1.876.000
------------------------	---	---------	-----------	-----------

Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

Τραπεζικά Δάνεια	0	1.547.084	0	0
Εμπορικές υποχρεώσεις	892.132	1.518.617	488.611	331.879
Φόρος εισοδήματος	1.410.784	367.156	443.094	678.803
Λοιποί φόροι και τέλη	75.104	222.725	33.350	44.431
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	179.152	540.737	168.735	172.032
Λοιπές υποχρεώσεις	9.788.546	6.148.453	6.243.935	6.253.915
Έξοδα χρήσεως δουλευμένα	104.942	112.997	99.941	101.566
Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	12.450.660	10.457.770	7.477.666	7.582.627
Σύνολο υποχρεώσεων	12.450.660	11.261.770	9.353.666	9.458.627
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων και υποχρεώσεων	49.715.633	50.297.214	51.093.604	52.961.129

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ POMEGRANADE

	2015	2016	2017	2018
Πωλήσεις	12.011.966	13.087.000	14.232.504	13.878.252
Κόστος πωλήσεων	-7.396.908	-7.963.254	-8.498.404	-8.775.761
Μικτό Αποτέλεσμα	4.615.058	5.123.747	5.734.100	5.102.491
Λοιπά συνήθη έσοδα	118.912	127.932	160.234	165.016
	4.733.970	5.251.679	5.894.334	5.267.507
Έξοδα διοίκησης	-1.494.661	-1.901.838	-1.643.030	-883.471
Έξοδα διάθεσης	-747.331	-950.919	-821.515	-1.766.943
Κέρδη και ζημίες από διάθεση μη κυκλοφορούντων στοιχείων	13.839	-423	-121.097	0
Λοιπά έξοδα και ζημίες	-434.549	-138.327	-5.679	-51.680
Λοιπά έσοδα και κέρδη	928	5.839	13.638	3.328
Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων	2.072.196	2.266.009	3.316.661	2.568.741
Πιστωτικοί τόκοι και συναφή έσοδα	-	-	-	-
Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	-35.996	-128.381	-164.273	-127.374
Αποτέλεσμα προ φόρων	2.036.200	2.137.629	3.152.387	2.441.367
Φόρος εισοδήματος	-705.392	-367.156	-443.094	-678.803
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	1.330.807	1.770.472	2.709.293	1.762.564

