



Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών και Διεθνών Σπουδών
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
ΠΜΣ: “Λογιστική και Έλεγχος Επιχειρήσεων και Δημοσίων Οργανισμών”
(MSc in Accounting and Control of Public Sector and Businesses).

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΜΗΝΟΠΟΥΛΟΣ Α. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Επιβλέπων Καθηγητής: Τσαγκαράκης Νικόλαος

2016

Στον πατέρα μου,

που θα χαιρόταν αν την έβλεπε...

Ευχαριστίες

Με τη Διπλωματική Εργασία ολοκληρώνονται οι σπουδές μου στο **Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών** : “**Λογιστική και Έλεγχος Δημοσίων Οργανισμών και Επιχειρήσεων**” (Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων) Πανεπιστημίου Πειραιώς και θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους που στάθηκαν δίπλα μου, σε ολόκληρη τη φοιτητική μου πορεία.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω ολόκληρο το ανθρώπινο δυναμικό του προγράμματος , για τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τα βιώματα, που με ζήλο, όρεξη και υπομονή, τις περισσότερες φορές, μετέδωσε σε μένα και στους συμφοιτητές μου.

Θα ήθελα ακόμη να ευχαριστήσω όλους τους συμφοιτητές και φίλους μου, που χωρίς τη συνεργασία, την αλληλοϋποστήριξη και την ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών, θα ήταν αδύνατη η περάτωση μιας τόσο απαιτητικής Σχολής.

Όσον αφορά τη Διπλωματική Εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά το κ.κ. Νικόλαο Β. Τσαγκαράκη καθηγητή του τμήματος , για τον οποίο αισθάνομαι ευγνώμων, τόσο για την ουσιαστική βοήθεια και συμμετοχή του στην υλοποίηση της Διπλωματικής Εργασίας, καθώς και για το γεγονός ότι όχι μόνο μού μετέδωσε τεχνικές και επιστημονικές γνώσεις αλλά και μού εμφύσησε έναν καινοτόμο τρόπο σκέψης και προσέγγισης των πραγμάτων. Δεν μού έμαθε τι να σκέφτομαι, αλλά πώς.

Κλείνοντας τον κύκλο των ευχαριστιών, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους αυτούς που με την παροιμιώδη υπομονή που επέδειξαν σε ουκ ολίγες στιγμές εντάσεων, αποτέλεσμα κόυρασης και κόπυου, αλλά και για την άγρυπνη συμπαράστασή τους στην προσπάθειά μου να εκπληρώσω τους στόχους μου. Τέλος, ξεφεύγοντας λίγο από τα στενά όρια απόδοσης ευχαριστιών σχετικά με την εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας, δράττομαι της ευκαιρίας να χαρίσω σε όλους αυτούς που με στήριξαν ανιδιοτελώς και πίστεψαν σε μένα βοηθώντας με να κυνηγήσω το όνειρό μου .

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	10
--------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1	Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
3.2	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	13
3.3	Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
3.4	ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ.....	14
3.5	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ, ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	16
3.6	ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ	18
3.7	Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ.....	21
3.8	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	25

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1.	Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26
4.2.	Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΡΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	28
4.3.	ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	30
4.4.	Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	32
4.5.	ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	33
4.6.	ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	35
4.7.	ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	37

4.8.	Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ.....	39
4.9.	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	42
4.10.	ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ 2008-2015	42
4.11.	Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΗΜΕΡΑ	45
4.12.	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	60
4.13	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

5.1.	ΘΕΤΙΚΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	71
5.2.	ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΟΔΥΤΙΚΗ ΕΥΒΟΙΑ - ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	73
5.2.1	ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	75
5.2.2	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ – ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ.....	85
5.2.3	ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ.....	91
5.2.4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ.....	93
5.2.5	ΚΑΘΑΡΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	94
5.2.6	ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΞΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΣ.....	95
5.2.7	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ ΕΝΟΣ ΠΟΣΟΥ.....	95
5.2.8	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΞΙΑ.....	96
5.2.9	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ.....	96
5.2.10	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΩΝ.....	97
5.2.11	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΣΩΡΕΥΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	98
5.2.12	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ - Ο ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΤΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ - ΜΕΓΕΘΗ ΠΙΝΑΚΑ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ - ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ.....	98
5.2.13	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ.....	100
5.2.14	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ.....	100

5.2.15	ΤΟΚΟΙ ΚΑΙ ΧΡΕΩΛΥΣΙΑ.....	101
5.2.16	ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΕΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΙ.....	101
5.2.17	ΒΑΣΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ.....	101
5.2.18	Η ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ (ΚΠΑ).....	102
5.2.19	Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (ΕΒΑ).....	104
5.2.20	ΑΛΛΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ.....	105
5.2.21	ΛΟΓΟΣ ΟΦΕΛΟΥΣ-ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ.....	105
5.2.22	ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	107
5.2.23	ΟΜΟΙΟΜΟΡΦΟ ΕΤΗΣΙΟ ΙΣΟΔΥΝΑΜΟ ΚΟΣΤΟΣ.....	107
5.2.24	ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ.....	108
5.2.24.1	Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ.....	108
5.2.25	ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ ΣΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΚΑΙ ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ ΤΙΜΕΣ.....	108
5.2.26	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΚΑΙ ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ ΤΙΜΕΣ.....	108
5.2.27	Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΠΙΤΟΚΙΟΥ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ.....	108
5.2.28	ΜΕΣΟ ΣΤΑΘΜΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ.....	109

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	111
-------------------------------------	------------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο :

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΗ	116
ΝΟΜΟΙ.....	116
ΕΓΓΡΑΦΑ-ΕΓΚΥΚΛΙΟΙ.....	116
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	117

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η γενική έννοια του τουρισμού μπορεί να ορισθεί ως η ομαδική ή μεμονωμένη μετακίνηση από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας προς έναν προορισμό με σκοπό την αναψυχή, την ανάπαυλα, την βιωματική εμπειρία, την γνωριμία νέας κουλτούρας κτλ. τουρισμός, ως κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και συγκεκριμένα μετά το 1970 (Μυλονόπουλος και Κοντουδάκη, (2007). Η ανάγκη ανάκαμψης των πληγέντων οικονομικά χωρών οδήγησαν στην εξέλιξη του τουρισμού ως μέσο οικονομικής ανάπτυξης. Η πάροδος του χρόνου επιβεβαίωσε την προσδοκία αυτή μια που από το 1997 ο τουρισμός χαίρει αναγνώρισης ως τη μεγαλύτερη παγκοσμίως βιομηχανία με τεράστια συμβολή στη διεθνή οικονομία (Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης 2004).¹

Η τεχνολογική ανάπτυξη στα μέσα μεταφοράς συνέβαλε στην ανάπτυξη του κλάδου μια που η κάλυψη της οποιασδήποτε απόστασης άρχισε να γίνεται πιο εύκολη και πιο γρήγορη, ενώ ταυτόχρονα τα εισοδήματα και ο ελεύθερος χρόνος των εργαζομένων άρχισαν να αυξάνονται μετατρέποντας τις διακοπές από πολυτέλεια σε αγαθό κατανάλωσης και της μέσης τάξης. Η αλλαγή της οικονομικής κατάστασης της μέσης τάξης μετά τη βιομηχανική επανάσταση έφερε στο προσκήνιο τον λεγόμενο μαζικό τουρισμό με συνέπεια την αύξηση των τουριστικών επιχειρήσεων, τη μετατροπή οικογενειακών επιχειρήσεων σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Σημαντικότερο στοιχείο αυτής της περιόδου είναι και οι κρατικές παρεμβάσεις στην τουριστική βιομηχανία μια που η αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων στην αγορά εκτόξευσε τον ανταγωνισμό στα ύψη. Κατά τον 18^ο αιώνα συναντάμε στην Μεγάλη Βρετανία και τη Γαλλία τα πρώτα τουριστικά θέρετρα-προνόμιο των εύπορων- που αργότερα μετατράπηκαν σε χώρους αναψυχής της μέσης κοινωνικής τάξης. Η συνείδηση του ιστορικού, φυσικού, πολιτισμικού, γαστρονομικού κτλ πλούτου αρχίζει να καλλιεργείται καθώς και η ευθύνη διατήρησης και ανάδειξής του. Ο Ηγουμενάκης αναφέρει ότι ο κρατικός παρεμβατισμός κάνει νωρίς την εμφάνισή του σε χώρες όπως Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία κτλ.

Θα μπορούσε κανείς να ορίσει τον τουρισμό ως ένα σύνθετο προϊόν υπηρεσιών και

¹. Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Τσάρτας Π, (1991).

αγαθών του οποίου οι παραγωγοί είναι οι άνθρωποι ή οργανισμοί που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες (ξενοδοχεία, δωμάτια κτλ) και τουριστικά προϊόντα (σουβενίρ) ενώ οι καταναλωτές απαρτίζονται από άτομα που επιθυμούν να απολαύσουν τις εν λόγω υπηρεσίες και να καταναλώσουν τα αντίστοιχα προϊόντα (Paratheodorou 2010). Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι η έντονη παρουσία «ενδιάμεσων». Με τον όρο «ενδιάμεσοι» εννοούμε τους τουριστικούς πράκτορες που κύριος σκοπός της ύπαρξης τους είναι η σύνδεση των παραγωγών με τους καταναλωτές. Σε βάθος χρόνων η λέξη «μετακίνηση» ταυτίζεται με τη λέξη τουρισμός.

Αρκετοί μελετητές και ερευνητές προσδιορίζουν τον τουρισμό ως μια μελέτη ενός ανθρώπου που ξεφεύγει από τις καθημερινές του συνήθειες κατά τη διάρκεια της μετακίνησης του, της βιομηχανίας που πρέπει να ανταποκριθεί στις ανάγκες που προκύπτουν όταν κανείς εκτρέπεται από τις συνήθειες αυτές, καθώς και των συνεπειών (οικονομικών, φυσικών, πολιτισμικών, κοινωνικών κτλ) στην περιοχή που φιλοξενεί τον τουρίστα (Jafari, 1977).² Οι κυριότεροι κλάδοι που συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία είναι: ο κλάδος παροχών φιλοξενίας, ο κλάδος εστίασης, ο κλάδος ενδιάμεσων πρακτόρων, ο κλάδος μεταφορών και ο κλάδος ενοικίασης αυτοκινήτων & θαλάσσιων μέσων αναψυχής. Η σημαντικότητα του θέματος έγκειται στο ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα που η προνομιακή γεωγραφική της θέση καθώς και η πλούσια ιστορική και πολιτιστική της κληρονομιά την αναδεικνύουν σε τουριστικό προορισμό. Το σωστό νομικό πλαίσιο, ο σωστός ελεγκτικός μηχανισμός και τα περιθώρια λειτουργίας και εξέλιξης των επιχειρήσεων αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο για την τουριστική ανάπτυξη και συνεπώς για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας.

Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας αποδεικνύει ότι η τουριστική βιομηχανία είναι σημαντική όσον αφορά την οικονομική ανάπτυξη. Προφυλάσσοντας, απλοποιώντας και ανανεώνοντας το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του τουρισμού καθώς επίσης και εποπτεύοντας τις τουριστικές δράσεις δημόσιων οργανισμών και δημόσιων φορέων επιτυγχάνεται η βελτιστοποίηση λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων, η χρηστή δημόσια διοίκηση, η άμεση ικανοποίηση των τουριστών, η αύξηση της αξίας του προϊόντος (value of money) και συνεπώς η γενικότερη τουριστική εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

Η μελέτη του ΙΤΕΠ 2015 δείχνει ότι το 88% του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες και κυρίως από Γερμανία, Αγγλία και Γαλλία. Είναι

² Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π.,(2001).

σημαντικό να επισημάνουμε ότι οι τρεις αυτές χώρες είναι ιδιαίτερα απαιτητικές ως προς τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες και επηρεάζουν θετικά το βαθμό ικανοποίησής τους η ένδειξη των ειδικών σημάτων πιστοποίησης στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Μετά λοιπόν τις τροποποιητικές διατάξεις και με τη μελέτη του ΙΤΕΠ διαπιστώνεται αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού, μεγαλύτερη πληρότητα στα ξενοδοχεία της χώρας. Το 2014 η Ελλάδα έρχεται πρώτη σε αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού στην Ευρώπη με 23% ενώ ακολουθεί η Πορτογαλία με 12,9%. Όσο αφορά τις εισπράξεις η Ελλάδα κατακτά τη δεύτερη θέση με 11,1% (λόγω μείωσης της κατά κεφαλής δαπάνης) ενώ η Πορτογαλία έρχεται πρώτη με 12,4%. Διαπιστώνουμε σε γενικές γραμμές ότι είχε άμεσο αποτέλεσμα στον τουρισμό η αλλαγή περιοριστικών κανονισμών και διατάξεων και σύμφωνα και με το ΙΤΕΠ τα μεγέθη μπορούν και έχουν τις προϋποθέσεις να βελτιωθούν ακόμη περισσότερο.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι να παρουσιάσει την κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα και να εξετάσει την πορεία του ξενοδοχειακού τουρισμού και τις προοπτικές που υπάρχουν στο μέλλον.

Στο **πρώτο κεφάλαιο** της εργασίας γίνεται μια εισαγωγή στην διπλωματική

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** της εργασίας γίνεται μια περιληπτική αναφορά στην βιβλιογραφία και στα επιστημονικά άρθρα στα οποία αναφερόμαστε στην διπλωματική .

Στο **τρίτο κεφάλαιο** της εργασίας γίνεται μια μικρή ιστορική αναδρομή στην έννοια του τουρισμού και στην εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Προσδιορίζουμε τις τουριστικές κρίσεις, τον κύκλο ζωής τουριστικών προορισμών καθώς και τα σχέδια εξόδου από τέτοιου είδους κρίσεις. Αναλύουμε τον κύκλο ζωής ενός τουριστικού προορισμού.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** εξετάζουμε την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα, τις αφίξεις, τις τουριστικές υποδομές, τους κλάδους της τουριστικής δραστηριότητας και τα είδη του τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα. Αναλύουμε τα στοιχεία που συνθέτουν τον ελληνικό τουρισμό ενώ στο κεφάλαιο έξι τον σύγχρονο τουρισμό στην Ελλάδα. Εξετάζεται η οικονομική κρίση καθώς και οι τάσεις της τουριστικής κίνησης για την περίοδο 2008-2015 καθώς και οι παράγοντες επιτυχίας των ελληνικών ξενοδοχείων .

Στο **πέμπτο κεφάλαιο** εξετάζεται συνοπτικά η περίπτωση επένδυσης στην Εύβοιας.

Τέλος **έκτο κεφάλαιο** ασχολούμαστε με την θεωρία των επενδύσεων και της αξιολόγησης των επενδύσεων καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι με σωστές επενδυτικές κινήσεις, με στρατηγικό πλάνο , με σωστό μάρκετινγκ και σύμπραξη του ιδιωτικού με τον δημόσιο τομέα η

χώρα μας μπορεί όχι μόνο να ανακάμψει όσον αφορά τον τουρισμό, αλλά να διαπρέψει βοηθώντας έτσι και την γενικότερη οικονομία να εξυγιανθεί και ταυτόχρονα να αποτελέσει παράδειγμα μίμησης για άλλες χώρες που επίσης βιώνουν την κρίση.

Τέλος έβδομο κεφάλαιο αναφερόμαστε σε όλη την βιβλιογραφία στην οποία ανατρέξαμε και στα επιστημονικά άρθρα στους νόμους ,τα έγγραφα , τις εγκυκλίους και τις ιστοσελίδες .

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Μυλονόπουλος Δημήτρης & Κοντουδάκη Αικατερίνη, 2007, Η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στην τουριστική προβολή: το σκανδιναβικό παράδειγμα, e-Περιοδικό Επιστήμης και Τεχνολογίας.
2. Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαριτης Κώστας, 2004, Τουρισμός Βασικές Έννοιες.
3. Andreas Patheodorou, M. Stabler and M.T. Sinclair,2010, The economics of tourism, Routledge.
4. Jafar Jafari, 1977, Tourism models: the sociocultural aspects, journal tourism management, volume 8, issue 2.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται οι κυριότερες μελέτες που ερευνούν τουριστικά θέματα.

Ο Jafari (1977), αναλύει μοντέλα τουρισμού που εξηγούν τις κοινωνικές και πολιτιστικές πτυχές του τουρισμού εξετάζονται σε αυτή την αναφορά. Πως ο πολιτισμός αλλά και η κοινωνία επηρεάζουν τον τουρισμό. Ο Τσάρτας (1991), αναλύει τον Αγροτουρισμό και τα είδη εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να προσελκύσει το νέο ρεύμα τουρισμού που αναδείχτηκε τα τελευταία χρόνια. Οι Mill and Morrison (1992), Ένα εισαγωγικό κείμενο για τον τουρισμό και το σύστημα στο οποίο λειτουργεί με τους βασικούς κανόνες του και με πολύ εισαγωγικές και βασικές έννοιες. Ο Παρπαϊρης (1995), αναφέρεται στο κύκλο του τουριστικού προϊόντος και τα στάδια ζωής ενός τουριστικού προορισμού αναλύονται με σκοπό να αναγνωρίσει κανείς το στάδιο στο οποίο βρίσκεται και να λάβει τα απαραίτητα μέτρα. Ο Σπιλάνης (1995), παρουσιάζει το τουρισμό σε νησιωτικές περιφέρειες της Ελλάδας. Ο Agarwal (1997), ερευνά το κύκλο ζωής του τουρισμού, τα στάδιά του και τις εκφάνσεις του καθώς προχωρά από το ένα στάδιο ζωής στο άλλο. Μέσα από το συγγραφικό του έργο αναλύεται η εφαρμογή του καθώς και η αξιοπιστία του.

Ο Λογοθέτης (1998), ασχολείται με την τουριστική κίνηση και την εικόνα του τουρισμού στα Δωδεκάνησα. Ο Φιλιππίδης (1999), αναλύει την χωρητικότητα ενός προορισμού, τα όρια της χωρητικότητας και οι συνέπειες όταν αυτά ξεπεραστούν. Μία πολύ σημαντική ανάλυση που αποτελεί και τον κύκλο της ζωής ενός τουριστικού προορισμού. Οι Κοκκώδης και Τάρτας (1999) και Κοκκώσης (2000), εξετάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού και τον τρόπο που αυτό μπορεί να γίνει λαμβάνοντας υπόψη την παράμετρο του περιβάλλοντος.

Ο Andriotis (2000), αναλύει τις αντιλήψεις της τοπικής κοινωνίας για τον τουρισμό και την χρησιμότητά τους για την διαμόρφωση πολιτικών γύρω από τον τουρισμό. Οι Buhalis και Laws (2001), μελετούν τα κανάλια διανομής του τουρισμού και τον τρόπο που φέρνουν κοντά τουριστικούς πράκτορες, και ξενοδόχους παρατηρώντας τον τρόπο που γίνεται η διανομή των τουριστών. Οι Gee, Makes και Choyd (2001), παρουσιάζουν ανάλυση της τουριστικής και ταξιδιωτικής βιομηχανίας ολοκληρωμένη μέσα από όλες τις πτυχές και τα στάδιά της. Εξετάζονται όλοι οι παράγοντες, μεταφορείς, καταλύματα, κέντρα διασκέδασης, μνημεία και

πολιτισμός κτλ που αποτελούν ένα ολοκληρωμένο πακέτο ταξιδιού και τουρισμού. Ο Πατσουράτης (2002), οι επιπτώσεις της φορολογίας των τελευταίων ετών και τις οικονομικές επιβαρύνσεις στους ξενοδόχους και τους επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού αναλύονται δίνοντας μια καθαρή οικονομική εικόνα εκ των έσω.

Ο Buhalis (2003) εξετάζει τον καθοριστικό και καταλυτικό ρόλο της τεχνολογίας στον τουρισμό προσπαθώντας να εξετάσει την χρησιμότητά της στο μάντατζμεντ και στην ολική απόδοση μιας τουριστικής επιχείρησης προς όφελός της. Οι Αυλωνίτη και Παπασταθοπούλου (2004), παρουσιάζουν πώς μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα χαρτοφυλάκιο προϊόντων και να τα πουλήσουμε στους τουρίστες δίνοντάς τους ταυτόχρονα το κίνητρο να εμπλουτίσουν και οι ίδιοι το καλάθι τους. Οι Ηγουμενάκης και Κραβαριτης (2004), αναλύει βασικές έννοιες και στατιστικά γύρω από τον τουρισμό. Οι Buhalis και Ujma (2005), ερευνούν τους ενδιάμεσους κρίκους του τουριστικού προϊόντος (τους τουριστικούς πράκτορες), την δημιουργία αξιών και πώς θα μπορούσαν οι ξενοδόχοι να παρακάμψουν τους τουριστικούς πράκτορες διαμορφώνοντας μόνοι τους value for money για τους τουρίστες.

Ο Λαγός (2005), μας δίνει ολοκληρωμένη εικόνα και αναλύει τα οικονομικά του τουρισμού. Ο Vellas (2007), αναλύει την έμμεση επιρροή του τουρισμού στην οικονομία με την επίδραση του πολλαπλασιαστή (multiplier effect). Οι Patheodorou, Stabler και Sinclair (2010), παρουσιάζουν βασικές οικονομικές έννοιες και θεωρίες και τις εφαρμογές τους στον τομέα του τουρισμού. Αναλύουν τις διάφορες πτυχές του τουρισμού όπως τις μεταφορές, τις επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον και τους παράγοντες που προσδιορίζουν την προσφορά και την ζήτηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η γενική έννοια του τουρισμού μπορεί να ορισθεί ως η ομαδική ή μεμονωμένη μετακίνηση από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας προς έναν προορισμό με σκοπό την αναψυχή, την ανάπαυλα, την βιωματική εμπειρία, την γνωριμία νέας κουλτούρας κτλ. Θα μπορούσε κανείς να ορίσει τον τουρισμό ως ένα σύνθετο προϊόν υπηρεσιών και αγαθών του οποίου οι παραγωγοί είναι οι άνθρωποι ή οργανισμοί που παρέχουν τουριστικές υπηρεσίες (ξενοδοχεία, δωμάτια κτλ) και τουριστικά προϊόντα (σουβενίρ) ενώ οι καταναλωτές απαρτίζονται από άτομα που επιθυμούν να απολαύσουν τις εν λόγω υπηρεσίες και να καταναλώσουν τα αντίστοιχα προϊόντα (Paratheodorou 2010). Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι η έντονη παρουσία «ενδιάμεσων». Με τον όρο «ενδιάμεσοι» εννοούμε τους τουριστικούς πράκτορες που κύριος σκοπός της ύπαρξης τους είναι η σύνδεση των παραγωγών με τους καταναλωτές. Σε βάθος χρόνων η λέξη «μετακίνηση» ταυτίζεται με τη λέξη τουρισμός.

Αρκετοί μελετητές και ερευνητές προσδιορίζουν τον τουρισμό ως μια μελέτη ενός ανθρώπου που ξεφεύγει από τις καθημερινές του συνήθειες κατά τη διάρκεια της μετακίνησης του, της βιομηχανίας που πρέπει να ανταποκριθεί στις ανάγκες που προκύπτουν όταν κανείς εκτρέπεται από τις συνήθειες αυτές, καθώς και των συνεπειών (οικονομικών, φυσικών, πολιτισμικών, κοινωνικών κτλ) στην περιοχή που φιλοξενεί τον τουρίστα (Jafari 1977). Οι κυριότεροι κλάδοι που συνθέτουν την τουριστική βιομηχανία είναι: ο κλάδος παροχών φιλοξενίας, ο κλάδος εστίασης, ο κλάδος ενδιάμεσων πρακτόρων, ο κλάδος μεταφορών και ο κλάδος ενοικίασης αυτοκινήτων & θαλάσσιων μέσων αναψυχής.

3.2 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Ο τουρισμός, ως κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου και συγκεκριμένα μετά το 1970 (Μυλωνόπουλος & Κοντουδάκη, 2007:22). Η ανάγκη ανάκαμψης των πληγέντων οικονομικά χωρών οδήγησαν στην εξέλιξη του τουρισμού ως μέσο οικονομικής ανάπτυξης.

Η πάροδος του χρόνου επιβεβαίωσε την προσδοκία αυτή μια που από το 1997 ο τουρισμός χαίρει αναγνώρισης ως τη μεγαλύτερη παγκοσμίως βιομηχανία με τεράστια συμβολή στη διεθνή οικονομία (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης 2004).³ Η τεχνολογική ανάπτυξη στα μέσα μεταφοράς συνέβαλε στην ανάπτυξη του κλάδου μια που η κάλυψη της οποιασδήποτε απόστασης άρχισε να γίνεται πιο εύκολη και πιο γρήγορη, ενώ ταυτόχρονα τα εισοδήματα και ο ελεύθερος χρόνος των εργαζομένων άρχισαν να αυξάνονται μετατρέποντας τις διακοπές από πολυτέλεια σε αγαθό κατανάλωσης και της μέσης τάξης.

Η αλλαγή της οικονομικής κατάστασης της μέσης τάξης μετά τη βιομηχανική επανάσταση έφερε στο προσκήνιο τον λεγόμενο μαζικό τουρισμό με συνέπεια την αύξηση των τουριστικών επιχειρήσεων, τη μετατροπή οικογενειακών επιχειρήσεων σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Σημαντικότερο στοιχείο αυτής της περιόδου είναι και οι κρατικές παρεμβάσεις στην τουριστική βιομηχανία μια που η αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων στην αγορά εκτόξευσε τον ανταγωνισμό στα ύψη. Κατά τον 18ο αιώνα συναντάμε στην Μεγάλη Βρετανία και τη Γαλλία τα πρώτα τουριστικά θέρετρα-προνόμιο των εύπορων- που αργότερα μετατράπηκαν σε χώρους αναψυχής της μέσης κοινωνικής τάξης.

Η συνείδηση του ιστορικού, φυσικού, πολιτισμικού, γαστρονομικού κτλ πλούτου αρχίζει να καλλιεργείται καθώς και η ευθύνη διατήρησης και ανάδειξής του. Ο Ηγουμενάκης αναφέρει ότι ο κρατικός παρεμβατισμός κάνει νωρίς την εμφάνισή του σε χώρες όπως Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία κτλ. Η έλλειψη δραστικών ελεγκτικών μηχανισμών όσον αφορά τον ρόλο του κράτους στον τουρισμό κατέστησε τότε –όπως και σήμερα ακόμη- δύσκολη την εφαρμογή κρατικών προγραμμάτων. Η Ελλάδα βέβαια σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες καθυστέρησε να αξιοποιήσει και να καλλιεργήσει τον τουριστικό κλάδο με χρονολογική αφετηρία τον 19ο αιώνα και την εμφάνιση του εισερχόμενου τουρισμού που θα αναλύσουμε παρακάτω.

3.3 Η ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός, ως γενική έννοια, κατηγοριοποιείται και διακρίνεται στις εξής βασικές μορφές (Λαγός 2005, Mill and Morrisson 1992)⁴ τον εγχώριο, τον εξερχόμενο, τον εισερχόμενο, τον διεθνή, τον εσωτερικό, τον εθνικό, τον μαζικό, τον τουρισμό ειδικών

³ . Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, ΣΕΤΕ , Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021

⁴ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Δ. Λαγός, (1998)

ενδιαφερόντων και τέλος τον εναλλακτικό τουρισμό. Με τον όρο εγχώριο τουρισμό εννοούμε την μετακίνηση των κατοίκων μιας χώρας από το ένα μέρος στο άλλο εντός των εθνικών γεωγραφικών της ορίων.

Με τον όρο εξερχόμενο τουρισμό προσδιορίζουμε την μετακίνηση των κατοίκων μιας χώρας προς το εξωτερικό ενώ ο εισερχόμενος τουρισμός αφορά τη μετακίνηση ξένων κατοίκων προς το εσωτερικό της εκάστοτε εξεταζόμενης χώρας. Ο εισερχόμενος και εξερχόμενος τουρισμός μαζί μας προσδιορίζουν το μέγεθος και τα συνολικά δεδομένα του διεθνή τουρισμού. Αντίστοιχα ο εσωτερικός τουρισμός διαμορφώνεται συνεξετάζοντας τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό μιας χώρας. Ο εθνικός τουρισμός προκύπτει από τον εγχώριο και τον εξερχόμενο τουρισμό. Ο μαζικός τουρισμός περιγράφει την ομαδική μετακίνηση ατόμων σε έναν τουριστικό προορισμό με σκοπό πάντα την ξεκούραση, την αναψυχή και την απόλαυση εμπειριών. Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων αντικατοπτρίζει την μετακίνηση ενός ατόμου ή μια ομάδας ανθρώπων με κάποιον ειδικό σκοπό όπως συνέδριο, θέμα υγείας, θρησκεία, εκπαίδευση κτλ.

Ο δε εναλλακτικός τουρισμός συνδέεται με επιμέρους μορφών τουρισμού όπως ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός κτλ και έχει συνδεθεί άμεσα με αυτό που ονομάζουμε αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, με την προστασία του περιβάλλοντος, με την διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και κουλτούρας ενός τόπου, με εναλλακτικούς τρόπους ζωής και με την ενεργό συμμετοχή του τουρίστα στο «πακέτο των διακοπών του» μέσα από διάφορες διαδραστικές εμπειρίες .

3.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ

Η τουριστική βιομηχανία και το τουριστικό προϊόν διαθέτουν ένα πολύ ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που δεν είναι άλλο από την ευαισθησία και την «δεκτικότητα» που παρουσιάζουν σε διάφορα είδη κρίσεων (πολιτικών, οικονομικών, φυσικών καταστροφών, τρομοκρατικών επιθέσεων, χρηματιστηριακών κτλ). Με λίγα λόγια ο τουρισμός είναι εξαιρετικά επιρρεπής στις διάφορες κρίσεις. Μια φυσική καταστροφή (τσουνάμι) μπορεί να πλήξει τουριστικά μια περιοχή μειώνοντας δραματικά την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος. Η πολιτική αστάθεια μιας χώρας με τον κίνδυνο επιθετικών επεισοδίων ή ακόμη και ενός εμφυλίου μπορεί να επηρεάσει πολύ αρνητικά τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, τις αφίξεις τουριστών σε μια χώρα, και συνολικά μείωση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος (μια που ο τουρισμός αποτελεί και συμβάλει σημαντικό ποσοστό του ΑΕΠ). Η υποτίμηση

ξένων νομισμάτων μπορεί επίσης να καταστήσει ακριβό του τουριστικό προϊόν μιας χώρας. Λαμβάνοντας υπόψη την ελαστικότητα της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος (όταν αυξάνει το εισόδημα αυξάνει και η ζήτηση και αντίστροφα) και θεωρώντας σταθερό το εισόδημα συμπεραίνουμε ότι μια αύξηση της αξίας του προϊόντος θα επηρεάσει αρνητικά τη ζήτησή του. Αυτή είναι η βασική εικόνα εισοδήματος της μέσης τάξης. Οι πιο εύπορες τάξεις παρουσιάζουν μεγαλύτερη ανελαστικότητα ζήτησης για το τουριστικό προϊόν γιατί δεν το θεωρούν αγαθό πολυτέλειας αλλά βασικής τους ανάγκης. Σε αυτή την περίπτωση μια κρίση είτε εισοδήματος είτε υποτίμησης ενδέχεται να επηρεάσει λιγότερο τη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.

Μια δυσμενής καιρική αλλαγή, π.χ. παράταση άσχημων καιρικών φαινομένων σε μια χώρα, μπορεί να επηρεάσει την εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος μεγαλώνοντας τη «νεκρή περίοδο» και μειώνοντας τους μήνες άφιξης τουριστών και λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων. Αυτό με τη σειρά του σημαίνει μείωση εσόδων, καθαρών κερδών, λιγότεροι πόροι για αποπληρωμή πιθανών υποχρεώσεων (δάνεια), λιγότερες πιθανότητες και ευκαιρίες επανεπένδυσης ή ανακαίνισης τουριστικών μονάδων. Μια τρομοκρατική επίθεση στο εσωτερικό μιας χώρας (όπως πρόσφατα στη Γαλλία και το Βέλγιο) επηρεάζει άμεσα και αρνητικά την ζήτηση. Πτήσεις και πακέτα διακοπών ακυρώνονται εξαιτίας του φόβου της πιθανότητας να επαναληφθεί τρομοκρατικό χτύπημα στην χώρα που ήδη έχει στοχευθεί. Η οικονομική κρίση που μπορεί να βιώνει μια χώρα, όπως η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, με κρατική πολιτική αντιμετώπισής της τη λιτότητα επίσης επηρεάζει αρνητικά τον τουρισμό.

Οι πάσης φύσεως φόροι αυξάνονται μεγαλώνοντας τις οικονομικές υποχρεώσεις των επιχειρηματιών προς το κράτος, μειώνοντας τα καθαρά τους κέρδη. Προκειμένου οι επιχειρήσεις να ανταπεξέλθουν σε αυτές τις υποχρεώσεις αυξάνουν –δυστυχώς- την τιμή του προϊόντος τους με αποτέλεσμα να χάνει το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα. Αντίστοιχα η μείωση της αγοραστικής δύναμης του εισοδήματος πλήττει τον εσωτερικό τουρισμό.

3.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ, ΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΜΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Όπως ήδη προαναφέραμε η οικονομική κρίση αρχικά επηρέασε αρνητικά τον τουρισμό στην Ελλάδα, ακολουθώντας προσφάτως η προσφυγική κρίση η οποία επιδείνωσε την ήδη αρνητική πορεία της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος. Η κρίση-κάμψη του τουρισμού όπως θα εξετασθεί και παρακάτω αναλυτικά αποτελεί μέρος του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού.

Ο κύκλος αυτός επιγραμματικά περιλαμβάνει τα εξής στάδια: της άνθησης του τουρισμού, της ωρίμανσης του τουρισμού (έντονος ανταγωνισμός & μείωση κερδών), της κρίσης-κάμψης και της ανανέωσης ή κατάρρευσης (ανάλογα με τον τρόπο αντιμετώπισης της κρίσης).Κάνοντας μια γρήγορη ιστορική διαδρομή στην Ελλάδα από το 2008 μέχρι σήμερα παρατηρούμε ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 γίνεται για πρώτη φορά αισθητή στην χώρα μας το 2009 όταν ανακοινώνεται επίσημα από την κυβέρνηση εκτόξευση του ελλείμματος στο 12,5%. Το 2010 επικρατεί έντονα η φήμη της χρεοκοπίας, εφαρμόζεται το πρώτο μνημόνιο, επιβάλλεται το τρίτο πακέτο οικονομικών μέτρων, η χώρα προσφεύγει στον ΔΝΤ και ακολουθεί μείωση μισθών και συντάξεων. Το 2011 έρχεται το δεύτερο μνημόνιο μαζί με το τέταρτο και πέμπτο πακέτο μέτρων, η φορολογία αυξάνεται, το ΦΠΑ εστίασης αυξάνεται και ιδρύεται ο οργανισμός αποκρατικοποίησης και διαχείρισης της δημόσιας περιουσίας.

Το 2012 διενεργούνται εκλογές, το χρέος της χώρας κουρεύεται κατά 50%, ο κατώτατος μισθός μειώνεται κατά 22%, οργανικές θέσεις στο δημόσιο καταργούνται, πλήθος εφοριών κλείνουν, καταργείται η φοροαπαλλαγή και το χαμηλό φπα στα νησιά και εγκαθίσταται στη χώρα μας μόνιμα μηχανισμός εποπτείας της οικονομικής πορείας της χώρας. Το τρίτο μνημόνιο δεν αργεί να φανεί με το έκτο πακέτο οικονομικών μέτρων για να ολοκληρωθεί το 2015 με το τέταρτο μνημόνιο με έλλειψη ρευστότητας, με capital controls, με ανικανότητα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων να παρέχουν επιχειρηματικά δάνεια. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα δεν αποτέλεσε την μοναδική κρίση.

Τον τελευταίο χρόνο τα πολεμικά επεισόδια στην Συρία δημιούργησαν και την προσφυγική κρίση με πλήθος προσφύγων –και μαζί μ’ αυτούς και μεταναστών- να εισέρχονται στην χώρα μας προκειμένου να περάσουν σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Οι τελευταίες εξελίξεις θέλουν κλειστά τα σύνορα των χωρών που συνορεύουν με τη βόρεια Ελλάδα με αποτέλεσμα οι χιλιάδες πρόσφυγες να παραμένουν στην χώρα μας, στον ελλαδικό και νησιωτικό χώρο. Οι επιπτώσεις των δύο αυτών κρίσεων στον τουρισμό είναι μεγάλες, αρνητικές και δύσκολο να προσδιοριστούν επακριβώς λόγω της μη σωστής εφαρμογής των Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού (ΔΛΤ) στην χώρα μας. Θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε το πλήθος των αρνητικών συνεπειών που επέφεραν οι δύο κρίσεις στον τουριστικό κλάδο στη χώρα μας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΕΤΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ
1967	-11,95
1974	-31,21
1980	-9,47
1982	-2,2
1983	-3,77
1991	-11,59
1993	-1,6
1995	-4,7
1996	-10,78
2002	-0,29
2003	-0,09
2004	-4,24
2008	-3

Πηγή: Παπανίκος (2009)

Ο ανωτέρω πίνακας (Πηγή: Παπανίκος Γρ. 2009)⁵ παρουσιάζει τα ποσοστά μεταβολής στον τουρισμό από το έτος 1967 μέχρι και το 2008 (την αρχή της παγκόσμιας και τελευταίας οικονομικής κρίσης που συνεχίζει μέχρι και τις μέρες μας). Τα δύο έτη 1967 και 1974 που σηματοδοτήθηκαν από πολιτικές κρίσεις στην Ελλάδα παρατηρούμε ότι προκάλεσαν τουριστική καταστροφή (τελευταίο στάδιο του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού). Από το 1980 και μετά μέχρι και το 2004, σύμφωνα με την πηγή μας, παγκόσμιες κρίσεις επηρέασαν αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό αποδεικνύοντας ότι ο τουρισμός είναι ένα ευάλωτο και ευαίσθητο προϊόν επιρρεπές τόσο στην εθνικές όσο και στις διεθνείς κρίσεις. Τουριστικές καταστροφές λοιπόν παρατηρούμε τα έτη 1980, 1991, 1996, τουριστικές κρίσεις το 1983,1995,2004 ενώ τουριστικές κάμψεις το 1982, το 1993, το 2002, το 2003. Το 2008

⁵. Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Βαρβαρέσος Στέλλιος,(2000).

ξενικά με -3% η τουριστική κρίση η οποία μεγάλωσε ειδικά το έτος 2015 με την οικονομική και προσφυγική κρίση.

Συνοψίζοντας σε βάθος ετών τα μνημόνια, τα πακέτα οικονομικών μέτρων, η μείωση κατώτατων μισθών, η μείωση μισθών και συντάξεων (η συρρίκνωση του εισοδήματος της μέσης τάξης με ταυτόχρονη μείωση της αγοραστικής του δύναμης –αύξηση πληθωρισμού), η αύξηση της ανεργίας με κατάργηση θέσεων στο δημόσιο και κλείσιμο καταστημάτων δημοσίων φορέων, η αύξηση του φπα στην εστίαση, η πολιτική αστάθεια των τελευταίων δύο ετών, οι πρόσφυγες κτλ αύξησαν σημαντικά το κόστος λειτουργίας των φορέων του τουρισμού (φιλοξενίας, εστίασης, μεταφορών) με αποτέλεσμα πολλές από αυτές να λειτουργούν οριακά ή να ψάχνουν ήδη αγοραστές μεγάλες πολυεθνικές, αυξήθηκαν οι τιμές στον τουρισμό προκειμένου να ανταπεξέρθουν οι επιχειρήσεις στα νέα οικονομικά τους βάρη, αρκετοί εργαζόμενοι στην τουριστική βιομηχανία απολύθηκαν προκειμένου να μειώσουν το κόστος λειτουργίας του, η διαφορά παρεχόμενων υπηρεσιών και τιμής (value of money) μεγάλωσε με την τιμή να υπερέχει και να μην ανταποκρίνεται στις παρεχόμενες υπηρεσίες και γενικά η χώρα μας έχασε το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών όπως η Τουρκία ή η Ιταλία χάνοντας ταυτόχρονα μεγάλη μερίδα τουριστών από τα κανάλια διανομής του τουρισμού

3.6 ΣΧΕΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ

Διαχείριση ή αντιμετώπιση κρίσεων ονομάζεται το σύνολο των ενεργειών που διενεργούνται πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την κρίση ώστε να επιτευχθούν οι λιγότερες δυνατές απώλειες σε όλα τα επίπεδα. Η δράση αυτή περιλαμβάνει σχετικές ενέργειες τόσο σε προσωπικό όσο σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Σημαντικός παράγοντας επιτυχίας στη διαδικασία διαχείρισης κρίσης είναι και η σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα η οποία μπορεί να αποφέρει εξαιρετικά αποτελέσματα.

Κατά τον Norman R. Augustine (1995)⁶ τα στάδια της διαχείρισης της κρίσης είναι έξι: η αποφυγή της κρίσης, η οργάνωση και προετοιμασία για τη διαχείρισή της, η διαπίστωση της κρίσης, η προσπάθεια καταστολής της κρίσης, η αποτελεσματική αντιμετώπιση της κρίσης, η δημιουργία ωφέλειας και γνώσης από την κρίση. Σε γενικές γραμμές μπορούμε να δεχτούμε ότι η διαχείριση μια κρίσης περιλαμβάνει τις ενέργειες που γίνονται για την εξάλειψη

⁶ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Για Gee-Makens-Choyd, (2001).

ή τη μείωση των πιθανοτήτων εμφάνισης της κρίσης, την οργάνωση και προετοιμασία για τον τρόπο δράσης σε μια επερχόμενη ή παρούσα κρίση, το στάδιο της καθεαυτής αντιμετώπισης –ανταπόκρισης της κρίσης και τέλος οι δράσεις για την επαναφορά της κατάστασης στα προ-κρίσης δεδομένα (recovery phase). Το τελικό αυτό στάδιο της «ανάρρωσης» είναι σημαντικό καθοριστικό και ενδεικτικό για την αποφυγή πλέον μελλοντικών κρίσεων ή την αμεσότερη αντιμετώπιση νέων απροσδόκητων και απρόβλεπτων κρίσεων.

Η εφαρμογή των προαναφερθέντων καλύπτει όχι μόνο τις τουριστικές κρίσεις αλλά το μεγαλύτερο μέρος των κρίσεων. Εν προκειμένω στην τουριστική βιομηχανία μπορούν να ληφθούν τόσο προληπτικά μέτρα όσο και κατασταλτικά. Για παράδειγμα ένας τουριστικός προορισμός που έχει πληγεί από μια φυσική καταστροφή (σεισμό ή τσουνάμι) και γνωρίζει πλέον τα ιδιαίτερα φυσικά μορφολογικά του χαρακτηριστικά μπορεί σε εθνικό επίπεδο να κάνει έργα πρόληψης σε περίπτωση επανάληψης ενός φαινομένου όπως πχ φράγματα για το νερό ή δημιουργία νέων οικισμών σε μεγαλύτερη ακτίνα από τη θάλασσα ή αντισεισμικά κτίρια και εγκαταστάσεις διαφημίζοντας ταυτόχρονα τις δράσεις αυτές προκειμένου να καλλιεργηθεί στο υποσυνείδητο του μελλοντικού υποψήφιου τουρίστα το αίσθημα της ασφάλειας και να επανακτήσει το κύρος του ο πληγέντας τουριστικός προορισμός . Στην περίπτωση της προσφυγικής κρίσης τα τελευταία δύο χρόνια όχι μόνο στη χώρα μας , αλλά σε ολόκληρη την Ευρώπη, με παράλληλα τρομοκρατικά χτυπήματα που μειώνουν το αίσθημα της ασφάλειας διαπιστώνουμε ότι δεν λήφθηκαν προληπτικά μέτρα έγκαιρα από τις Ευρωπαϊκές χώρες.

Η εμπόλεμη κατάσταση της Συρίας θα μπορούσε να δημιουργήσει μια πρόβλεψη για την πιθανότητα ροής προσφύγων στην Ευρώπη. Συνεπώς η έλλειψη σωστής ίσως εκτίμησης της κατάστασης και προληπτικών μέτρων μας οδήγησε άμεσα στην κρίση και την ανάγκη αντιμετώπισής της μια που το πλήγμα στον τουρισμό είναι τεράστιο. Σε αυτή την περίπτωση απαιτείται ένα κρατικό και πανευρωπαϊκό πλάνο που θα περιλαμβάνει σχετικά μέτρα για τους χώρους διαμονής των προσφύγων, ιατροφαρμακευτικής τους περίθαλψης, σίτισης και απασχόλησής τους προκειμένου να διασφαλιστεί η ειρηνική συνύπαρξή τους μέχρι να αποκατασταθεί η τάξη στην χώρα τους. Σημαντική είναι η συνεργασία των φορέων του δημοσίου αλλά και του ιδιωτικού φορέα. Επίσης οι αστυνομικές αρχές της κάθε χώρας και τα υπουργεία άμυνας θα πρέπει να φροντίσουν να εντατικοποιηθεί η αστυνόμευση στις χώρες και ειδικά στα σημεία διαμονής των προσφύγων για να αποκατασταθεί το χαμένο αίσθημα ασφάλειας τόσων των κατοίκων όσο και των τουριστών. Οι αντιτρομοκρατικές αρχές επίσης

παίζουν καίριο ρόλο μια που η τρομοκρατία βρίσκεται στο προσκήνιο και οι αποτελεσματικότητά τους επηρεάζει άμεσα το αίσθημα της ασφάλειας. Στα πλαίσια της πρόληψης επανάληψης τρομοκρατικής ενέργειας είναι σημαντικό να υπάρχει ενημέρωση των πολιτών το πώς θα πρέπει να αντιδράσουν για να επιτύχουμε τις μικρότερες απώλειες.

Η διαφήμιση και το μάρκετινγκ των αποτελεσματικών δράσεων μπορούν να αποκαταστήσουν την τάξη και την επανάκτηση της απόδοσης της τουριστικής βιομηχανίας σε μία χώρα. Επίσης οι κυβερνήσεις και οι κρατικοί μηχανισμοί μπορούν να βοηθήσουν γενικότερα την εξάλειψη της τουριστικής κρίσης παρέχοντας φοροελαφρύνσεις για ένα διάστημα, χρηματοδοτώντας νέες τουριστικές επιχειρήσεις κτλ. Η καλή και ανοδική πορεία της τουριστικής βιομηχανίας επηρεάζει άμεσα το ΑΕΠ ενός κράτους και συνεπώς θα είναι και οι δύο πλευρές αμοιβαία επωφελούμενες από τέτοιου είδους μέτρα. Οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους οφείλουν να δώσουν έμφαση στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνοντας το value for money έτσι ώστε ακόμη και με υψηλές τιμές ο πελάτης να είναι ικανοποιημένος και να αισθάνεται ότι έχει πληρώσει λιγότερο σε σχέση με τις υπηρεσίες που του έχουν παρασχεθεί. Τα φαινόμενα αισχροκέρδειας είναι πλήγμα για την γενικότερη εικόνα του τουρισμού και μπορεί να αντιμετωπιστεί με καλή συνεργασία των επιχειρήσεων αλλά και του κράτους.

Σχετικά με την τελευταία οικονομική κρίση, η οποία φαίνεται να έχει ξεκινήσει από το 2008, μπορούν να λάβουν μέτρα και οι ίδιες οι επιχειρήσεις πέρα από την κρατική παρέμβαση που προαναφέραμε προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην κρίση. Για παράδειγμα καλύτερη πλέον διαχείριση των δαπανών τους και των εσόδων τους και καλύτερο προγραμματισμό των δαπανών τους εξασφαλίζοντας καλό ROI (return of investment) για κάθε ένα ευρώ επένδυσης. Μεγαλύτερη εξοικείωση και εφαρμογή της τεχνολογίας μιας που είναι η τέταρτη μεγαλύτερη μορφή βιομηχανικής επανάστασης, μειώνει τα έξοδα λειτουργίας μιας επιχείρησης και αυξάνει σημαντικά τα έσοδα. Τέλος η αναζήτηση νέων αγορών – πελατολογίου- είναι κάτι που θα πρέπει πάντα να εξελίσσεται σε μια επιχείρηση μιας που τίποτα δεν είναι δεδομένο αν λάβουμε υπόψη την απόφαση του προέδρου της Ρωσίας Βλαντιμίρ Πούτιν να απαγορεύσει τον Ρώσικο τουρισμό στη Αίγυπτο και αργότερα στην Τουρκία επικαλούμενος λόγους «ασφάλειας».

Σε κάθε περίπτωση η πρόληψη είναι ίσως το σημαντικότερο μέσο αντιμετώπισης πιθανών κρίσεων. Η προετοιμασία και η άμεση ανταπόκριση στις κρίσεις του τουρισμού καθώς και η νέα λήψη μέτρων αποκατάστασης της κρίσης μπορούν να καταστείλουν και να

εμποδίσουν την επανάληψη μιας κρίσης και να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά κάθε νέο απρόβλεπτο –άσχημο για τον τουρισμό-γεγονός. Στην παρακάτω εικόνα βλέπουμε πώς ο ΣΕΤΕ αντιλαμβάνεται τη τουριστική κρίση και την απεικόνιση των φορέων που απαιτείται να συνεργαστούν σε εθνικό επίπεδο προκειμένου να επιτευχθεί μια αποτελεσματική διαχείριση της κρίσης. Οι μεμονωμένες κινήσεις και ιστορικά αποδεικνύουν ότι δεν μπορούν να έχουν σημαντικά αποτελέσματα σε σύγκριση με τα αποτελέσματα των συνεργιών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

ΦΟΡΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

3.7 Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

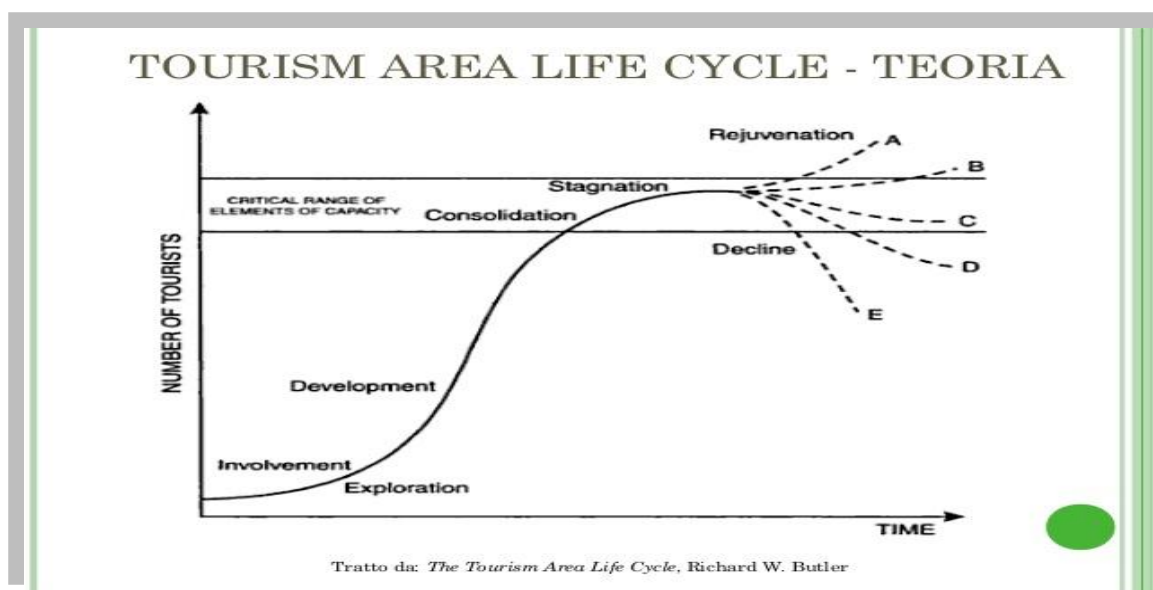
Η τουριστική ανάπτυξη και εξέλιξη ενός τόπου συνδέεται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον που τον περιβάλλει, με την πολιτιστική και ιστορική του κληρονομιά καθώς και με τα ήθη, έθιμα, κουλτούρα και παραδόσεις της περιοχής. Θέτοντας ένα γενικό πλαίσιο,

υπάρχουν ορισμένοι βασικοί «ελκυστικοί λόγοι» οι οποίοι επηρεάζουν τον προορισμό που θα επιλέξει ο υποψήφιος τουρίστας ανάλογα με την ηλικία του, τα ενδιαφέροντά του, τις προσδοκίες του, τον λόγο της τουριστικής του εξόρμησης κτλ. Ένας λοιπόν λόγος είναι το φυσικό περιβάλλον, οι ομορφιές της φύσης και η σπάνια χλωρίδα και πανίδα ενός τόπου. Μεγάλη μερίδα τουριστών, ειδικά των Κινέζων, είναι λάτρης της φύσης και επιλέγει προορισμούς με πλούσια και σπάνια φυσική ομορφιά. Ένα άλλο ποσοστό του διεθνούς τουρισμού επιλέγει προορισμούς με έντονη ιστορία και πολιτισμό (κυρίως οι Ευρωπαίοι) κάνοντας δημοφιλείς προορισμούς όπως η αρχαία Ολυμπία, η Αθήνα, η Ρώμη, το Παρίσι κτλ.

Τα ήθη, έθιμα, οι παραδόσεις και η γενικότερη κουλτούρα ενός τόπου παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον για όλους σχεδόν τους τύπους των τουριστών, μια που η γνωριμία και η εμπειρία βίωσης μιας διαφορετικής κουλτούρας είναι και η αιτία του τουριστικού φαινομένου. Το ερώτημα που τίθεται είναι το εξής: τι συμβαίνει όταν ένας μεγάλος αριθμός τουριστών επισκέπτεται έναν προορισμό με έντονη φυσική ομορφιά, πολιτισμό και ιδιαίτερα ήθη και έθιμα; Πώς ανταποκρίνεται ο προορισμός σε αυτό το φαινόμενο; Τι σημαίνει αυτό για τη μελλοντική του πορεία ως τουριστικός προορισμός; Η θετική όψη του νομίσματος είναι ότι ο προορισμός γίνεται πιο δημοφιλής, η ζήτηση αυξάνεται, η επισκεψιμότητα αυξάνεται, δημιουργώντας χώρο για νέες επιχειρήσεις, για περισσότερη εργασία, για βελτιστοποίηση των υπηρεσιών και των αγαθών που προσφέρονται διαγράφοντας αυτό που ορίζουμε ως οικονομική ανάπτυξη. Αυτό αποτελεί και τον πρώτο στάδιο του λεγόμενου κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού, το στάδιο της άνθησης-επέκτασης .

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

Ο ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ



Η ανοδική πορεία όμως της ανάπτυξης δεν είναι αέναη. Κάποτε φτάνει στο σημείο του έντονου ανταγωνισμού όπου κάνουν την εμφάνισή τους οι εξωτερικές οικονομίες και μορφές έντονου ανταγωνισμού μειώνοντας την ποιότητα του προϊόντος. Κάποτε φτάνει ο αριθμός επισκεψιμότητας να είναι τόσο μεγάλος που η φύση δεν μπορεί να ανταποκριθεί. Αναπόφευκτα το περιβάλλον επιβαρύνεται με τα απορρίμματα που δημιουργούνται και από ένα σημείο και μετά η φθορά ξεκινάει. Το στάδιο από την άνθηση του τουριστικού προορισμού μέχρι και το σημείο της αρχής της φυσικής και οικονομικής φθοράς και κοινωνικής φθοράς ονομάζεται στάδιο ωρίμανσης του τουριστικού προορισμού.

Το τρίτο και κρίσιμο στάδιο του κύκλου ζωής ενός προορισμού λέγεται στάδιο κρίσης-κάμψης. Σε αυτό το σημείο γίνεται πλέον εμφανές ότι η φυσική ομορφιά αρχίζει να καταστρέφεται προκειμένου να επεκταθούν τουριστικές μονάδες φιλοξενίας, φυσικές προστατευόμενες περιοχές (ειδικά αυτές που είναι προστατευόμενες από τη συνθήκη Ramsar) αρχίζουν να καταπατώνται με αποτέλεσμα να μειώνεται πλέον η ελκυστικότητα του προορισμού, να χάνεται η ακατέργαστη φυσική ομορφιά και η διαφήμιση να μετατρέπεται σε δυσφήμιση. Πολλές φορές και η ίδια η τοπική κοινωνία μπορεί να ξεπεράσει να όρια της αντοχής της όταν ο αριθμός των επισκεπτών είναι τόσο μεγάλος ώστε οι «ξενόφερτες συνήθειες και κουλτούρες» να επισκιάζουν τον καθημερινό τρόπο ζωής και τις συνήθειες των ντόπιων.

Παράδειγμα αποτελεί η Ζάκυνθος στην περιοχή Λαγανά όπου ο ξέφρενος «ασυνήθιστος» για το τοπικά δεδομένα τρόπος νυχτερινής διασκέδασης των Άγγλων τουριστών έχει φτάσει στο σημείο να παρενοχλεί τους ντόπιους, οι οποίοι κατά την καλοκαιρινή περίοδο είναι λιγότεροι από τους τουρίστες, που έχουν συνηθίσει σε έναν άλλο τρόπο διασκέδασης. Στο συγκεκριμένο παράδειγμα παρατηρούμε ότι η ξένη κουλτούρα ξεπερνά και «επιβάλλεται» στον τουριστικό προορισμό κάνοντάς τον λιγότερο ελκυστικό. Κατά τη διάρκεια της πορείας του τουριστικού προορισμού το στάδιο αυτό είναι ιδιαίτερα κρίσιμο μια που θα πρέπει να ληφθούν αποφάσεις για την καταστολή του φαινομένου. Η συνεργασία του ιδιωτικού τομέα με τους δημόσιους φορείς και τις τοπικές αρχές είναι σημαντική. Οι δύο εκδοχές που μπορεί να προκύψουν είναι είτε η ανάκαμψη είτε η κατάρρευση του τουριστικού προορισμού. Ο Χατζηβγέρης (2003)⁷ ορίζει τη λεγόμενη φέρουσα ικανότητα ως « τον αριθμό των χρηστών που μπορεί να δεχτεί μια τουριστική

⁷ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Σκουλάς Ν., (2009).

περιοχή χωρίς μόνιμη περιβαλλοντική υποβάθμιση και η εξασφάλιση της ικανότητας της περιοχής να υποστηρίζει δραστηριότητες αναψυχής, αλλά και χωρίς να υποβαθμίζει την εμπειρία αναψυχής των επισκεπτών».

Πιο συγκεκριμένα ο Χατζηβγέρης ορίζει τριών είδη φερόμενες ικανότητες. Τη φυσική περιβαλλοντική φερόμενη ικανότητα, την ικανότητα της φύσης να υποστηρίξει την τουριστική ανάπτυξη, την κοινωνική περιβαλλοντική φερόμενη ικανότητα, η οποία λαμβάνει την ευχαρίστηση του τουρίστα ως μέτρο για την ανάπτυξή του τουρισμού, την πολιτιστική φερόμενη ικανότητα η οποία περιγράφει την τοπική κοινωνική ανοχή στην τουριστική ανάπτυξη και τέλος την οικονομική περιβαλλοντική φερόμενη ικανότητα η οποία προσδιορίζει την ύπαρξη επαρκούς εργατικού δυναμικού που μπορεί να υποστηρίξει τον τουρισμό.

Το τελευταίο στάδιο του κύκλου της ζωής ενός τουριστικού προορισμού είναι η ανανέωση ή η κατάρρευσή του. Η πορεία του τέταρτου κύκλου ζωής εξαρτάται άμεσα από τις δράσεις του τρίτου κύκλου κατά την περίοδο δηλαδή της τουριστικής κάμψης/κρίσης. Εάν τα μέτρα ληφθούν άμεσα και αποτελεσματικά, τόσο για την καταστολή της κρίσης όσο και για την πρόληψη νέων ή παρόμοιων μελλοντικών κρίσεων, τότε μπορούμε να κάνουμε λόγο για τουριστική ανάκαμψη. Εάν αποτύχει η διαδικασία λήψης προληπτικών και κατασταλτικών μέτρων κατά το τρίτο στάδιο τότε επέρχεται η κατάρρευση του τουριστικού προορισμού με ότι αυτό συνεπάγεται.

Ο Χατζηβγέρης στην μελέτη του αναφέρει τα εξής στάδια του κύκλου ζωής: την εξερεύνηση, την εμπλοκή, την ανάπτυξη, την εδραίωση, τον μαρασμό και τέλος την πτώση ή την αναζωογόνηση. Κατά το στάδιο της εξερεύνησης μια μικρή ομάδα τουριστών ανακαλύπτει μια νέα περιοχή που δεν είναι ιδιαίτερα προβεβλημένη ως τουριστικός προορισμός, με έντονη φυσική ομορφιά, σχεδόν ανύπαρκτες υποδομές στη συγκοινωνία ή τα τουριστικά καταλύματα και αρχίζει να την γνωστοποιεί με αργούς ρυθμούς μέσα από τη βιωματική εμπειρία του τουρισμού. Κατά το στάδιο της εμπλοκής μεγαλύτερος αριθμός τουριστών έχει αρχίσει να επισκέπτεται τον προορισμό, ξεκινάει η διαφήμιση και το μάρκετινγκ της περιοχής, οι παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες και τα παρεχόμενα τουριστικά προϊόντα βελτιστοποιούνται προς μεγαλύτερο τουριστικό όφελος. Στο στάδιο της ανάπτυξης οι αλλαγές είναι ταχύτερες. Η παρουσία του μαζικού τουρισμού απαιτεί μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, δημιουργία υποδομών συγκοινωνίας (αεροδρόμια, τρένα, δρόμοι κτλ), αναζήτηση εξειδικευμένου προσωπικού για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, τουριστικά πρακτορεία, εστιατόρια, ταβέρνες, κέντρα ψυχαγωγίας κτλ. Η περιοχή αποκτά δική της διαφημιστική ταυτότητα, δική της τουριστική ταυτότητα.

Η παρουσία μεγάλων πλέον διεθνών εταιριών τόσο στον τομέα των μεταφορών (αεροπορικές εταιρίες, πρακτορεία) όσο και στον τομέα της φιλοξενίας (ξένες αλυσίδες ξενοδοχείων και πρακτορείων) παίρνουν τον έλεγχο του τουρισμού από τα χέρια της τοπικής κοινωνίας και την οδηγούν στο στάδιο της εδραίωσης. Ο τουριστικός προορισμός δεν μπορεί να επηρεάσει ούτε την τουριστική βιομηχανία. Οικονομικά εξαρτάται από διεθνείς εταιρίες οι οποίες επιβάλλουν τον δικό τους τρόπο εργασίας είτε ως προς τη συμπεριφορά των υπαλλήλων είτε ως προς την εμφάνισή τους. Η μικρή κοινωνία πλέον αστικοποιείται. Ο μαζικός τουρισμός όμως επιφέρει και το στάδιο του μααρασμού. Επέρχεται ο λεγόμενος τουριστικός κορεσμός. Η περιοχή δεν είναι πια ανόθευτη, η φυσική ομορφιά έχει χαθεί, η ηρεμία που αρχικά εξέπεμπε λόγω του μεγάλου συνωστισμού δεν υπάρχει. Με λίγα λόγια έχει επέλθει η εμπορευματοποίηση του προορισμού. Πολλές φορές «δεν είναι απλά πια στη μόδα». Μετά τον μααρασμό και ανάλογα με τις ενέργειες και τα μέτρα που θα ληφθούν έχουμε την πτώση ή την αναζωογόνηση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Λαγός, Δ., 2005, Τουριστική Οικονομική, εκδ. Κριτική
Robert Christie Mill and Alastair M. Morrison, 1992, The tourism system: An introductory Text, Prentice Hall
2. Παπανίκος Γρ., 2009, Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως σήμερα, Αθήνα, Εκδόσεις Ακαδημίας Τουριστικών Μελετών και ερευνών
3. <https://www.fi.edu/laureates/norman-r-augustine>
4. Χατζηβγέρης, Κ., 2003, Η έννοια του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού-φέρουσα ικανότητα, users.teilar.gr/hatzivgeris/link_files/kyklos-zois.doc, 15-5-2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

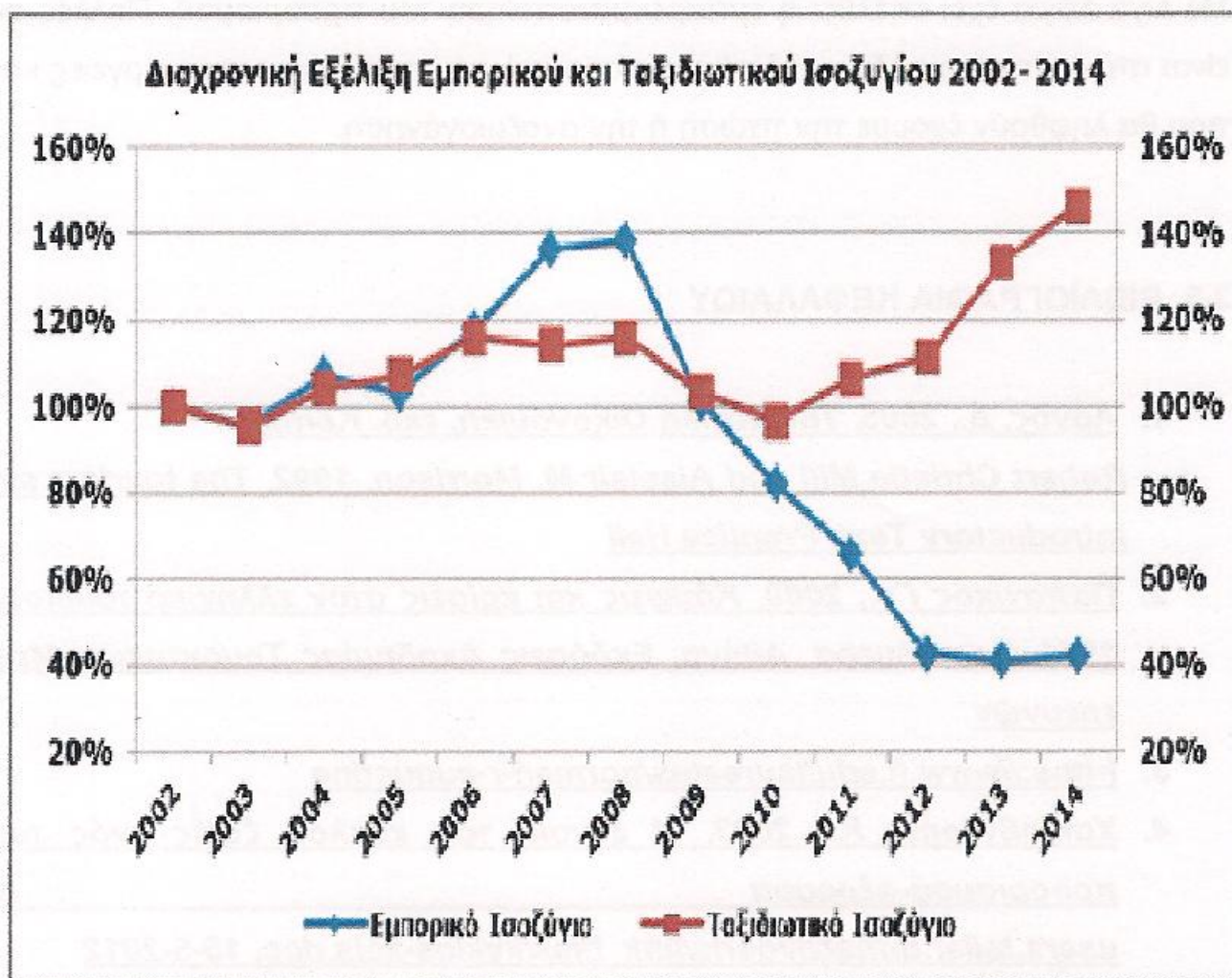
Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παρατηρώντας τη γενική απόδοση του τουρισμού από την προ κρίσης εποχή μέχρι και την μετά κρίσης εποχή διαπιστώνουμε ότι η πορεία του τουρισμού είναι ανοδική.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ 2002 -2014



ΠΗΓΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

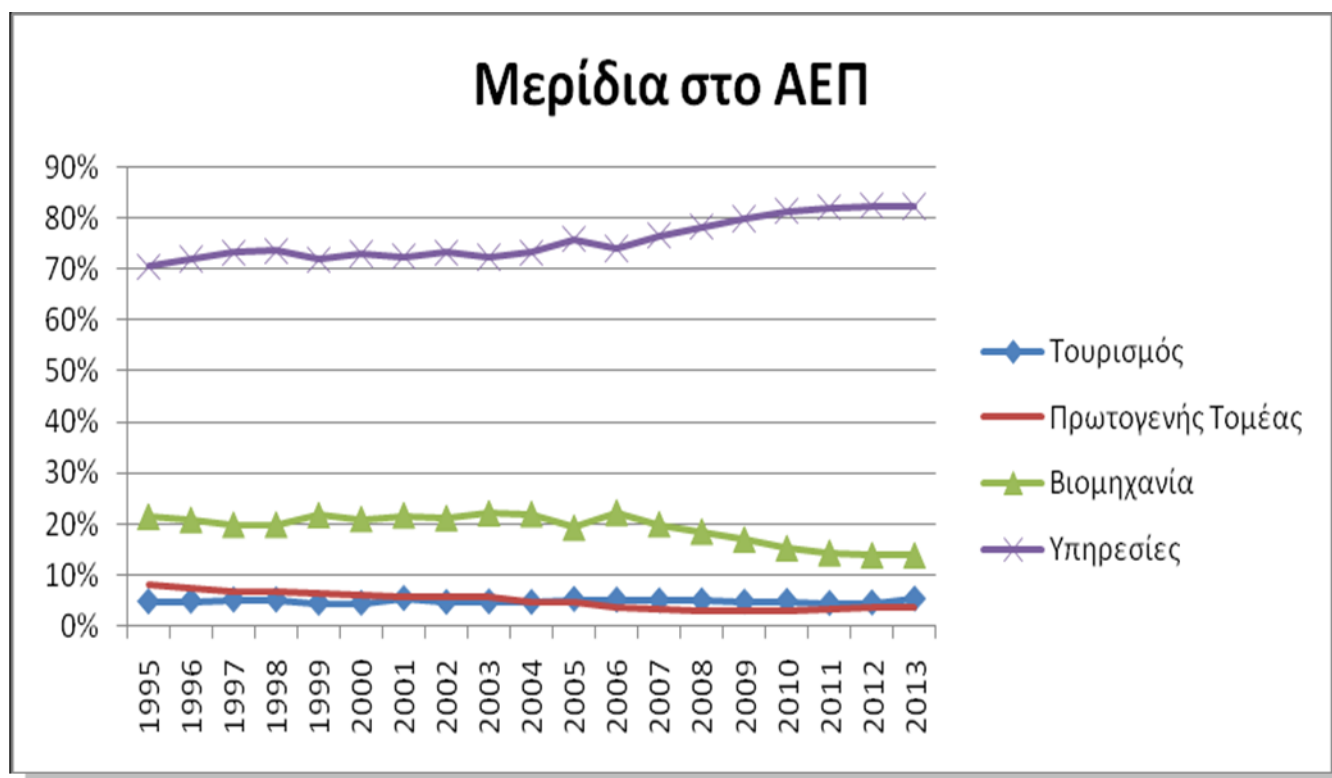
Σύμφωνα βέβαια και με την ανάλυση του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού δεν θα πρέπει να μας διαφεύγει το γεγονός ότι ο τουρισμός δεν έχει μόνο θετικές οικονομικές επιπτώσεις.

Για το 2014 εκτιμάται ότι η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ έφτασε σχεδόν 10%, ενώ αν υπολογίσουμε και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη μπορεί να φτάσει και το 20% η συνολική συνεισφορά του.

Για το 2015 σύμφωνα με τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν στο WEF (world economic forum) ο δείκτης τουριστικής και ταξιδιωτικής ανταγωνιστικότητας (ΔΤΤΑ) κατατάσσει την Ελλάδα 31^η στα 141 κράτη του κόσμου με βαθμό 4,36.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΟ ΑΕΠ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



ΠΗΓΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ξεκάθαρα στα έτη η συμβολή και η πορεία του ελληνικού τουρισμού σε σχέση με τους άλλους κλάδους της οικονομίας στο ΑΕΠ.

4.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΡΟ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Σύμφωνα με στοιχεία μελέτης του τουρισμού από τον ΣΕΤΕ όπως αυτά απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η τάση των τουριστικών αφίξεων φαίνεται να είναι ανοδική από το 2005 μέχρι και την πρόβλεψη που είχε γίνει τότε για το 2015 ότι οι αφίξεις θα αγγίξουν τα 25 εκατ. Μικρή πτώση παρουσιάζεται το 2009 και 2010 ενδεχομένως λόγω τις πολιτικών τότε εξελίξεων και την αρχή της κρίσης θυμίζοντας τις αφίξεις του 2005 που έφταναν τα 14,4 εκατ. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι μέχρι και προ κρίσης οι αφίξεις έφτασαν μέχρι και 16 εκατ. Ενώ με την κρίση και μετά τα δύο πρώτα χρόνια της κρίσης οι αφίξεις τουριστών παρουσίασαν μεγαλύτερες τιμές σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο φτάνοντας στα 25,5 εκατ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



ΠΗΓΗ:ΣΕΤΕ

Αντίστοιχη και ανάλογη εικόνα παρουσιάζουν και οι εισπράξεις που αφορούν την προαναφερόμενη περίοδο όπως φαίνεται παρακάτω

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Γενική ανοδική τάση των τουριστικών εισπράξεων και επίσης οι εισπράξεις προ κρίσης ανέρχονταν στα 11,6 δις ευρώ ενώ μετά την κρίση και μετά τα δύο πρώτα χρόνια της κρίσης 2009 και 2010 έχουμε υψηλότερες τουριστικές εισπράξεις φτάνοντας το 2015 την πρόβλεψη εισπράξης 14 δις ευρώ.

4.3. ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Γεγονός είναι ότι με την Ευρωπαϊκή Ένωση δόθηκαν στη χώρα μας κονδύλια και χρηματοδοτήσεις τόσο για την δημιουργία νέων τουριστικών επιχειρήσεων (ΕΣΠΑ) όσο και για την βελτίωση των υποδομών της χώρας (δρόμοι, αεροδρόμια, λιμάνια κτλ). Η σημερινή εικόνα της χώρας δείχνει ότι ακόμη στερείται των κατάλληλων υποδομών και των ποιοτικών υπηρεσιών. Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα ως χώρα διαθέτει την ικανότητα (potential) να υπηρετήσει διάφορα είδη τουρισμού όπως πχ τον αθλητικό ή φυσικό (nature viewing) τουρισμό δεν έχει τις κατάλληλες υποδομές.

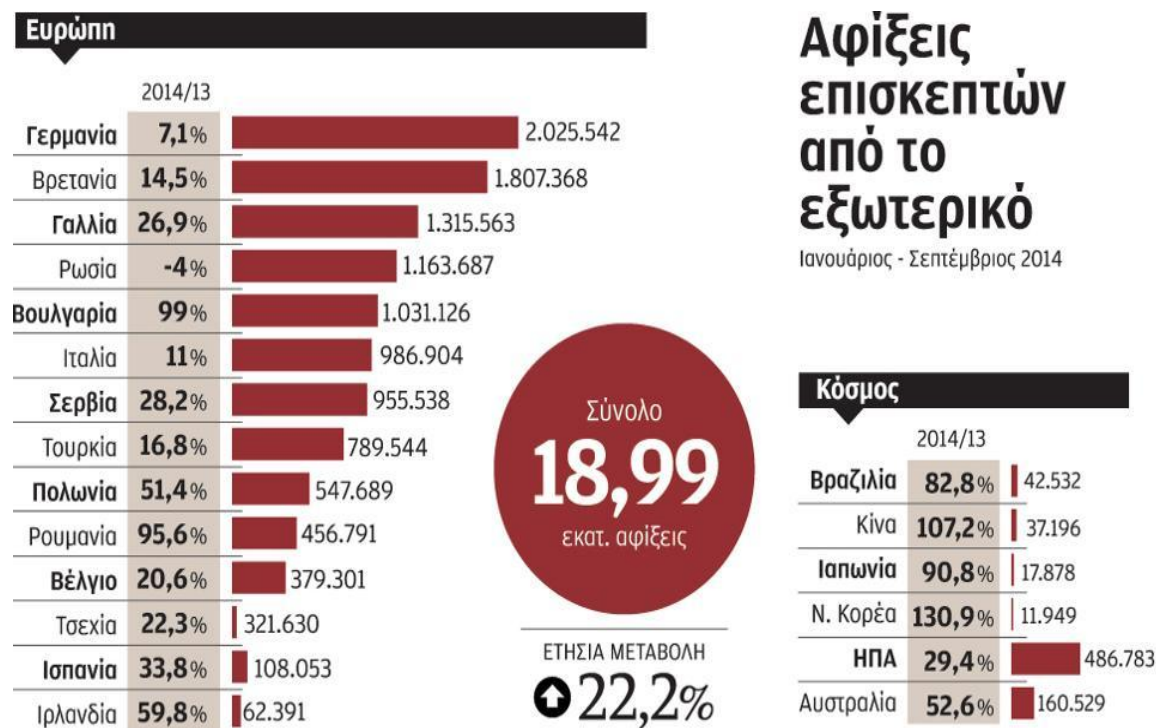
Για παράδειγμα στην Ηλεία όπου βρίσκεται το μεγαλύτερο πευκοδάσος της Ευρώπης , το δάσος της Στροφυλιάς, προστατευόμενο από τη συνθήκη Ramsar και υπό το καθεστώς της NATURA δεν έχει κατάλληλα ευρωπαϊκά πιστοποιημένα μονοπάτια περιπάτου. Λείπουν σε πολλές περιοχές τις χώρας μας, ειδικά στην περιφέρεια, αθλητικές εγκαταστάσεις και κτιριακές υποδομές για την διεξαγωγή αγωνισμάτων ή προπονήσεων. Κατά τα λεγόμενα του προέδρου του Tourist Services κ. Ανδρέα Στυλιανόπουλου η Θεσσαλονίκη δεν μπορεί να αποτελέσει home port για κρουαζιέρες γιατί το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης δεν έχει ακόμη αεροπορική σύνδεση απευθείας με την Αμερική. Ο Δήμαρχος του Πειραιά Γιάννης Μώραλης αναφέρει ότι δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές στον Πειραιά και συγκεκριμένα στον λιμάνι του Πειραιά για να «κρατήσει» τους τουρίστες. Δεν υπάρχουν κατά τα λεγόμενά του σύγχρονα ξενοδοχεία και οι τουρίστες δεν φαίνεται να γνωρίζουν τι μπορούν να δουν στην πόλη, ποια είναι τα αξιοθέατα της πόλης κτλ. Η πλειοψηφία των επισκεπτών ενημερώνεται μέσα από φυλλάδια που προμηθεύεται μέσα από το κρουαζιερόπλοιο , γνωρίζει μόνο τα αξιοθέατα της Αθήνας με αποτέλεσμα ο Πειραιάς να χάνει μεγάλη μερίδα τουριστών και τουριστικού εισοδήματος.

Πρόσφατα ο διευθύνοντας σύμβουλος της Pro. Training Tours Edwald Schilberz τόνισε την νέα τάση του αθλητικού τουρισμού τονίζοντας ότι τα 4 εκ. Γερμανών αθλητών μπορούν να φιλοξενηθούν σε ξενοδοχειακές μονάδες με αθλητικές εγκαταστάσεις συνδυάζοντας τον αθλητισμό με τον τουρισμό. Στην Ελλάδα δεν είναι πολλά τα ξενοδοχεία κυρίως στην περιφέρεια που να έχουν τις κατάλληλες αυτές υποδομές. Στο προσκήνιο βρίσκεται αυτή τη στιγμή στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας (Δήμος Πύργου Ν. Ηλείας) το πρόβλημα διαχείρισης των απορριμμάτων με την πολιτική ηγεσία του τόπου να αναζητά έργα υποδομής για τη διαχείριση των απορριμμάτων αποδεικνύοντας περίτρανα την έλλειψη υποδομών στη χώρα μας.

Τέλος σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οι περισσότερες μονάδες φιλοξενίας (ξενοδοχεία, δωμάτια κτλ) καθώς και τα κέντρα εστίασης δεν επενδύουν στην εκπαίδευση εξειδίκευση του προσωπικού εστιάζοντας περισσότερο στο φθινό κόστος εργατικών υπηρεσιών μειώνοντας αυτό που ονομάζουμε value of money και κάνοντας τις υπηρεσίες τους χαμηλά ποιοτικά και καθόλου ανταγωνιστικές. Ο κλάδος αποδεικνύει ότι χαμηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών μπορεί να σημαίνει απώλεια μερίδας από την πίτα της τουριστικής αγοράς. Μην ξεχνάμε ότι μεγάλο μέρος των τουριστών ειδικά από Γαλλία η Γερμανία είναι ιδιαίτερα απαιτητικό ως προς τις αναμενόμενες υπηρεσίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ



ΠΗΓΗ: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος, Ελληνική Στατιστική Αρχή

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

ΠΗΓΗ: ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ (ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ)

Κατά το έτος 2013/14 οι πιο απαιτητικοί λαοί της Ευρώπης Γερμανοί, Βρετανοί και Γάλλοι ήταν οι επικρατέστεροι τουρίστες στη χώρα μας επιβεβαιώνοντας την επιτακτική ανάγκη της αναβάθμισης των τουριστικών μας υπηρεσιών και την κατασκευή των κατάλληλων υποδομών.

4.4 Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η παγκόσμια βιομηχανία τουρισμού από το 1950 και έπειτα γνωρίζει τεράστια ανάπτυξη. Έρευνα του 2012 μας δείχνει ότι ο μεγαλύτερος δέκτης του τουρισμού είναι η Ευρώπη με τις περισσότερες αφίξεις και τα περισσότερα έσοδα από τον τουρισμό. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι με τα στοιχεία του 2012 η Ελλάδα κατείχε καλή θέση στην έρευνα για τους δημοφιλέστερους προορισμούς. Σύμφωνα με τα στοιχεία η Ελλάδα ήταν 17^η παγκοσμίως ενώ τα τουριστικά της έσοδα την κατέταξαν στην 22^η θέση. Η ελληνική τουριστική βιομηχανία παρουσιάζει τεσσάρων μορφών κυρίως επιχειρήσεων: τις μικρές οικογενειακές, τις μικρές επιχειρήσεις, τις μεγάλες επιχειρήσεις και τις πολυεθνικές. Στις πολυεθνικές συμπεριλαμβάνονται ξένοι όμιλοι επιχειρήσεων, tour operators, αλυσίδες ξενοδοχείων (είτε ως ιδιοκτήτες είτε ως μανάτζερ) που κινούν τα νήματα του τουρισμού.

Στην κατηγορία μεγάλες επιχειρήσεις περιλαμβάνονται μεγάλα ξενοδοχεία με σημαντικό αριθμό προσωπικού, πολλά δωμάτια και πολλές παροχές και εγκαταστάσεις (πχ Costa Navarino). Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις είναι είτε πολύ μικρές οικογενειακές είτε με μικρές μονάδες και λίγο προσωπικό. Είναι τέτοια η φύση του τουριστικού προϊόντος που το προσωπικό είναι εποχιακό και απορροφάται κυρίως από τα ξενοδοχεία. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα παρατηρείται το φαινόμενο της αύξησης των online κρατήσεων (μέσω διαδικτύου) σε σχέση με τον κλασικό τρόπο κρατήσεων. Αυτό σημαίνει μικρότερο λειτουργικό κόστος για την τουριστική βιομηχανία.

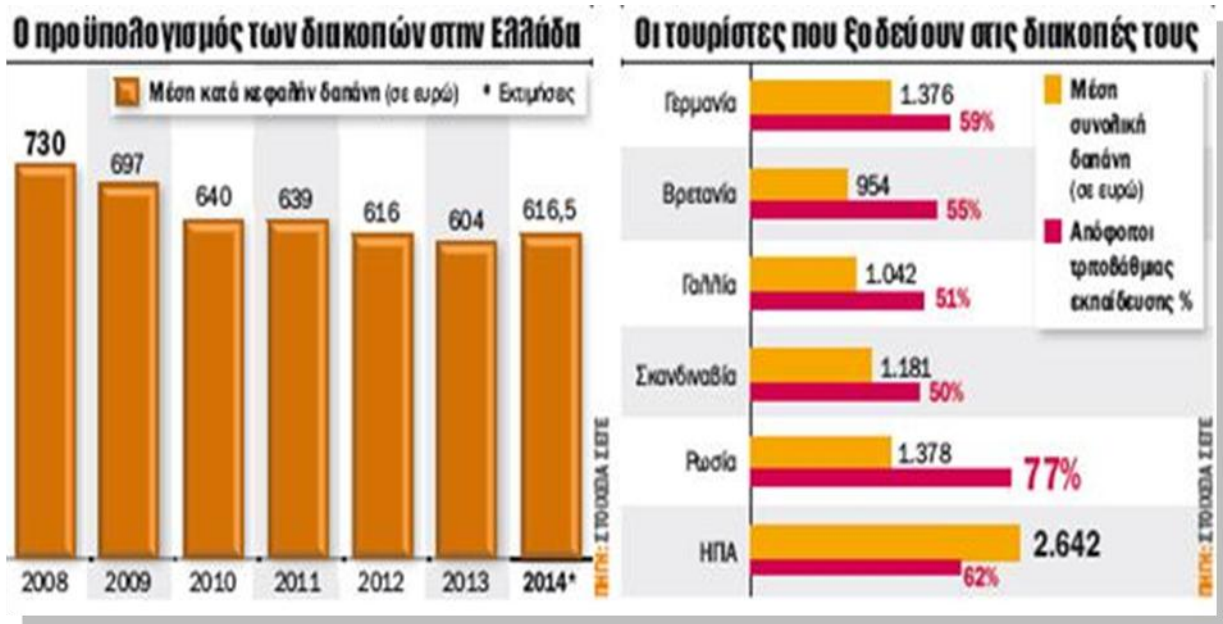
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6

ΕΣΟΔΑ – ΘΕΣΕΙΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ –ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 2004 -2014



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

ΜΕΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΔΙΑΚΟΠΩΝ



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Το έτος 2014 για παράδειγμα με 389 χιλιάδες θέσεις εργασίας 17 δις έσοδα από την άφιξη 21.500 τουριστών με μέση κατά κεφαλήν δαπάνη 616,5 ευρώ μας δίνει μια γεύση από την συμβολή της τουριστικής βιομηχανίας στην εθνική οικονομία. Όπως αναφέρει η πηγή ο στόχος είναι η μέση δαπάνη να φτάσει τα 800 ευρώ το 2021.

4.5. ΚΛΑΔΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Σύμφωνα με την IOBE (2013) οι κυριότεροι κλάδοι της τουριστικής δραστηριότητας είναι:

- A) τα καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, κάμπινγκ, κτλ)
- B) κλάδος υπηρεσιών εστίασης (εστιατόρια κτλ)
- Γ) κλάδος μεταφορών (σιδηροδρομικές, οδικές, αεροπορικές, θαλάσσιες)
- Δ) κλάδος εκμίσθωσης και ενοικίασης μηχανοκίνητων οχημάτων
- Ε) κλάδος ταξιδιωτικών πρακτορείων

Ζ) κλάδος μουσείων, βιβλιοθηκών , πολιτιστικών δραστηριοτήτων

Η) κλάδος αθλητικών δραστηριοτήτων

Θ) κλάδος λιανικού εμπορίου (τρόφιμα, ποτά, καπνός)

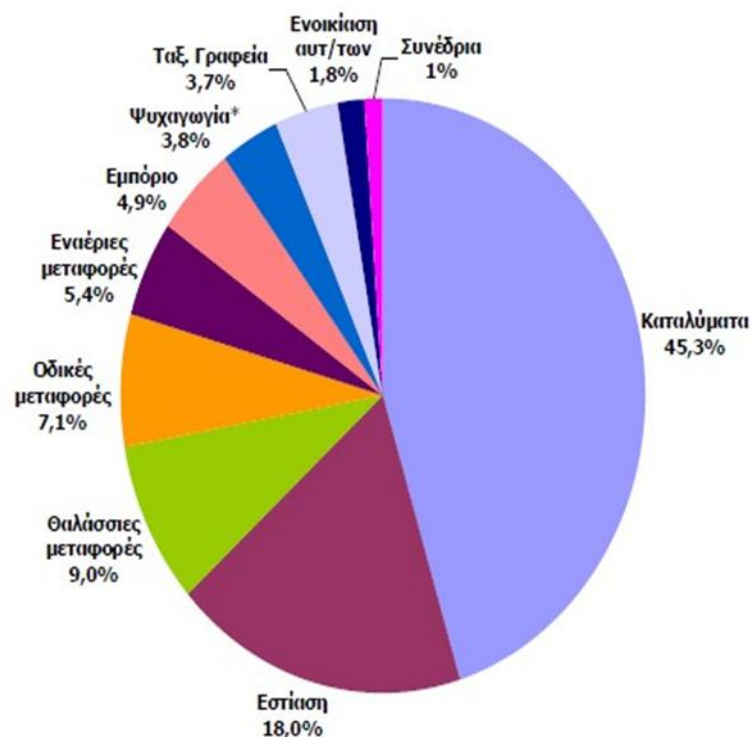
Ι) κλάδος διοικητικών δραστηριοτήτων γραφείων (συνέδρια, εκθέσεις).

Ο προσδιορισμός των ανωτέρω κλάδους απορρέει από την ιδιότητα του επισκέπτη ως «τουρίστα» και όχι ως μόνιμου κάτοικου μιας περιοχής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΥΣ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ

Διάγραμμα 3.4: Άμεση επίδραση στους συναφείς με τον τουρισμό κλάδους οικονομικής δραστηριότητας*, 2010



(*) Ως ποσοστό του τουριστικού ΑΕΠ που προκύπτει από την τουριστική δαπάνη

(**) Πολιτιστικές – Ψυχαγωγικές – Αθλητικές δραστηριότητες

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Ο κλάδος που συνεισφέρει περισσότερο στο τουριστικό ΑΕΠ είναι ο κλάδος των καταλυμάτων ενώ ακολουθεί αυτός της εστίασης.

4.6. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα είδη του τουρισμού γενικότερα και ειδικότερα αυτά που αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα είναι πολλά και καθημερινά δημιουργούνται νέες τάσεις στον τουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Όπως φαίνεται και στο ανωτέρω διάγραμμα έχουμε τον

- θρησκευτικό τουρισμό ο οποίος συνδέεται με την θρησκεία ενός τόπου, τα θρησκευτικά μνημεία κτλ,
- αθλητικό τουρισμό όπου διάφορα μέρη στην Ελλάδα προσελκύουν αθλητές για να συνδυάσουν τις διακοπές τους με πχ καταδύσεις ή σερφινγκ ή ιππασία κτλ.,

- εκπαιδευτικό ή συνεδριακό τουρισμό όπου για επιμορφωτικούς και εκπαιδευτικούς λόγους πραγματοποιείται η τουριστική μετακίνηση από ένα μέρος σε έναν προορισμό,
- ο ιατρικός ή θεραπευτικός τουρισμός που πραγματοποιείται σε μέρη όπου υπάρχουν πχ ιαματικά λουτρά,
- ο επαγγελματικός τουρισμός όπου ένας επαγγελματίας διαμένει σε μια περιοχή για περιορισμένο χρονικό διάστημα λόγω δουλειάς (πχ πολιτικός μηχανικός),
- ο τουρισμός που έχει βιωματικές εμπειρίες και περιπέτεια (αφορά μικρές σχετικά ηλικίες που τους αρέσει η εξερεύνηση και οι πιο ριψοκίνδυνες περιπέτειες πχ budgie jumping),
- ο οικολογικός τουρισμός που αφορά τουρίστες που λατρεύουν τη φύση και οτιδήποτε οικολογικό (τροφές, προστατευόμενες φυσικές περιοχές),
- τον πολιτισμικό τουρισμό όπου προορισμός είναι η κουλτούρα και η ιστορία ενός τόπου και τέλος η απλή αναψυχή και χαλάρωση που οδηγεί σε ήσυχους προορισμούς.

Φυσικά υπάρχουν και οι νέες μορφές τουρισμού όπως

- ✓ ο γαστρονομικός τουρισμός όπου αιτία της μετακίνησης αποτελούν οι ιδιαίτερες γεύσεις και τα τοπικά προϊόντα ενός τόπου (πχ Χίος με την μαστίχα). Υπάρχει επίσης ο οινολογικός τουρισμός. Το κρασί από μόνο του και ο τρόπος παρασκευής του αποτελεί πόλο έλξης για τους λάτρεις του κρασιού καθώς και οι διαγωνισμοί που γίνονται κατά καιρούς.

Επίσης υπάρχει και ο λεγόμενος

- ❖ αγροτουρισμός όπου κάποιος αναζητά τα 3φ (φιλοξενία, φύση, φιλία) και απορρίπτει τα 3 s (sun, sea, sand),
- ❖ ο γεωτουρισμός ή περιπατητικός τουρισμός όπου λάτρεις της φύσης χαράζουν ή ακολουθούν πιστοποιημένα από την ευρωπαϊκή ένωση μονοπάτια για να απολαύσουν τη φύση, την χλωρίδα και την πανίδα και την όμορφη θέα
- ❖ ο ορειβατικός τουρισμός απευθύνεται σε άτομα που αγαπούν την ορειβασία και «καταναλώνεται» είτε από ορειβατικούς συλλόγους είτε από μεμονωμένους

έμπειρους ορειβάτες. Σχετικός είναι και ο χιονοδρομικός τουρισμός για τους λάτρεις του σκι.

4.7. ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Συνοψίζοντας τα κυριότερα γενικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος (Πατσουράτης, 2000)⁸ αναγνωρίζουμε ότι:

- α) Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στον χώρο (και ειδικά μικρών επιχειρήσεων).
- β) Το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται εύθραυστο λόγω του μεγάλου αριθμού των μικρών επιχειρήσεων, λόγω της εποχικότητας που ειδικά στη χώρα μας είναι μεγάλη, λόγω της δυσκολίας πρόβλεψης της μελλοντικής επισκεψιμότητας (γεγονότα οικονομικά, πολιτικά και φυσικά επηρεάζουν άμεσα και ακαριαία την τουριστική κίνηση ενός προορισμού).
- γ) Η κάθετη ενοποίηση που παρατηρούμε ειδικά τα τελευταία χρόνια και η οποία επιτρέπει την μείωση του κόστους παραγωγής με την δράση των οικονομιών κλίμακας μιας που οι ενδιάμεσοι μεσίτες (πρακτορεία, μεταφορείς) δεν υπάρχουν πλέον στον κύκλο εργασιών.
- δ) Η τεχνολογία, η οποία θεωρείται η μεγαλύτερη πλέον επανάσταση, έχει εισβάλλει κανονικά στον τουριστικό τομέα με οφέλη σημαντικά όπως η μείωση του κόστους παραγωγής (απασχόληση λιγότερου εργατικού δυναμικού), η αύξηση της παραγωγικότητας και της ποιότητας των εργασιών (παραγγελία, διεκπεραίωση σε μικρό χρόνο) και το καλύτερο μανάτζμεντ τόσο του προσωπικού όσο και των εσόδων μιας τουριστικής μονάδας (revenue management).

Όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα (Πατσουράτης, 2002) παρατηρείται ότι υπάρχουν πολλές μικρές, οικογενειακές θα λέγαμε, επιχειρήσεις οι οποίες στερούνται τεχνολογικών υποδομών, τεχνολογικής κατάρτισης, στρατηγικού σχεδιασμού, καινοτόμων δράσεων και δράσεων τουριστικής προβολής στο εξωτερικό. Αξιοσημείωτη είναι δε η προσπάθεια που γίνεται τα τελευταία χρόνια να αλλάξει το εν λόγω τοπίο.

Σύμφωνα με τη μελέτη του ΣΕΤΕ (1995) καταγράφεται μεγάλη εξάρτηση του ελληνικού τουρισμού από τον διεθνή τουρισμό, υπάρχει 60% εποχικότητα ξεκινώντας από τον Ιούνιο

⁸ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Μελέτη-Εμπειρογνωμοσύνη με τίτλο «Μελέτη καταγραφής και συγκριτικής αξιολόγησης του φορολογικού πλαισίου που διέπει τις τουριστικές επιχειρήσεις τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς», που εκπόνησε η εταιρεία TMS A.E. ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ.

και τελειώνοντας τον Σεπτέμβριο, υπάρχει άνιση κατανομή τουριστικής ανάπτυξης και αφίξεων με μεγαλύτερη κίνηση στην Αθήνα, τη Ρόδο, την Κρήτη και την Κέρκυρα να καταλαμβάνουν το 65% των αφίξεων και τέλος έλλειψη βασικών υποδομών για την δημιουργία νέων τουριστικών προορισμών στην Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται από την τοπική κυρίως αυτοδιοίκηση η δημιουργία destination management organizations (DMO) των οποίων κύρια αρμοδιότητα είναι η διαχείριση ενός τόπου ως τουριστικού προορισμού με σκοπό την αναβάθμισή και την προβολή του και συνεπώς την αύξηση των τουριστικών αφίξεων. Αυτό δυστυχώς παρατηρείται τον τελευταίο χρόνο και δεν υπάρχει κάποιος αντίστοιχος κεντρικός οργανισμός. Η εν λόγω προσπάθεια βρίσκεται ακόμη σε πολύ πρώιμο στάδιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Επιδόσεις 2012

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	16,4% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	18,3% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	688.800 [WTTC]
Έσοδα	10,4 δισ. € (συμπεριλαμβανομένων των εισπράξεων κρουαζιέρας) [ΤΤΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	16,9 εκατ. (συμπεριλαμβανομένων των αφίξεων κρουαζιέρας)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	616 € (συμπεριλαμβανομένων των ποσών κρουαζιέρας)
Μερίδιο Αγοράς	1,5% Παγκόσμια, 2,9% Ευρώπη
Εποχικότητα	56% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο – Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.670 ξενοδοχεία / 771.271 κλίνες [ΞΕΕ]
Top 5 αγορές	Γερμανία (2.108.787), Ην. Βασίλειο (1.920.794), ΠΓΔΜ (1.300.000), Γαλλία (977.376), Ρωσία (874.787) [ΤΤΕ]
Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (2.651.062), Ηράκλειο (2.067.475), Ρόδος (1.593.298), Θεσσαλονίκη (901.573), Κέρκυρα (824.000) [ΕΛ.ΣΤΑΤ.]

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ., UNWTO, WEF

Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2012 της ΣΕΤΕ παρατηρούμε ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα συμβάλλει 16,4% στο ΑΕΠ, 18,3% στην απασχόληση, συλλέγοντας σε απόλυτους αριθμούς 10,4 δις. Ευρώ με 16,9 εκατομμύρια αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην χώρα μας, με 616,00 ευρώ κατά κεφαλήν δαπάνη, λαμβάνοντας συνολικά 1,5% της διεθνούς τουριστικής αγοράς και 2,9% της ευρωπαϊκής αγοράς με 9.670 ξενοδοχεία και 771.271 κλίνες

και κύριους πελάτες Γερμανούς, Άγγλους, Σκοπιανούς, Γάλλους και Ρώσους. Τα αεροδρόμια με τη μεγαλύτερη τουριστική κίνηση κατά σειρά είναι της Αθήνας, του Ηράκλειου, της Ρόδου, της Θεσσαλονίκης και της Κέρκυρας.

Η ιστοσελίδα www.enterprisegreece.gov.gr υπογραμμίζει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας όσον αφορά τον πολιτιστικό, φυσικό και γεωγραφικά ποικιλόμορφο πλούτο της Ελλάδας δίνοντας της σημαντική θέση στην κατάταξη δημοφιλών τουριστικών προορισμών. Το Ελληνικό Κράτος με τον ν.4276/2014 με μια σειρά νομοθετικών τροποποιήσεων αναβαθμίζει, απλοποιεί και πιστοποιεί το ελληνικό τουριστικό προϊόν υποχρεώνοντας τις τουριστικές επιχειρήσεις και τα τουριστικά καταλύματα να προμηθεύονται ειδικό σήμα λειτουργίας (ΕΣΛ) και ειδικό αυτοκόλλητο πιστοποίησης παροχής υπηρεσιών εναλλακτικού τουρισμού. Απώτεροι στόχοι στον ελληνικό τουρισμό είναι η μείωση της εποχικότητας, η αύξηση των high-net-worth επισκεπτών (επισκέπτες με υψηλά εισοδήματα), η αύξηση του μέσου ανά επισκέπτη εσόδου και η ανεύρεση νέων αγορών.

Ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος «ήλιος και θάλασσα» με νέες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως: συνεδριακός, θαλάσσιος, θρησκευτικός, πόλεων, ιατρικός και σύνθετα τουριστικά καταλύματα. Επενδυτικές μελλοντικές ευκαιρίες είναι η ιδιωτικοποίηση μαρίνων, αεροδρομίων κτλ, δημιουργία πολυτελών τουριστικών θέρετρων και η ανάπτυξη ειδικών τουριστικών προϊόντων γύρω από τη γαστρονομία, τον πολιτισμό, την ευεξία και την πολυτέλεια.

4.8. Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

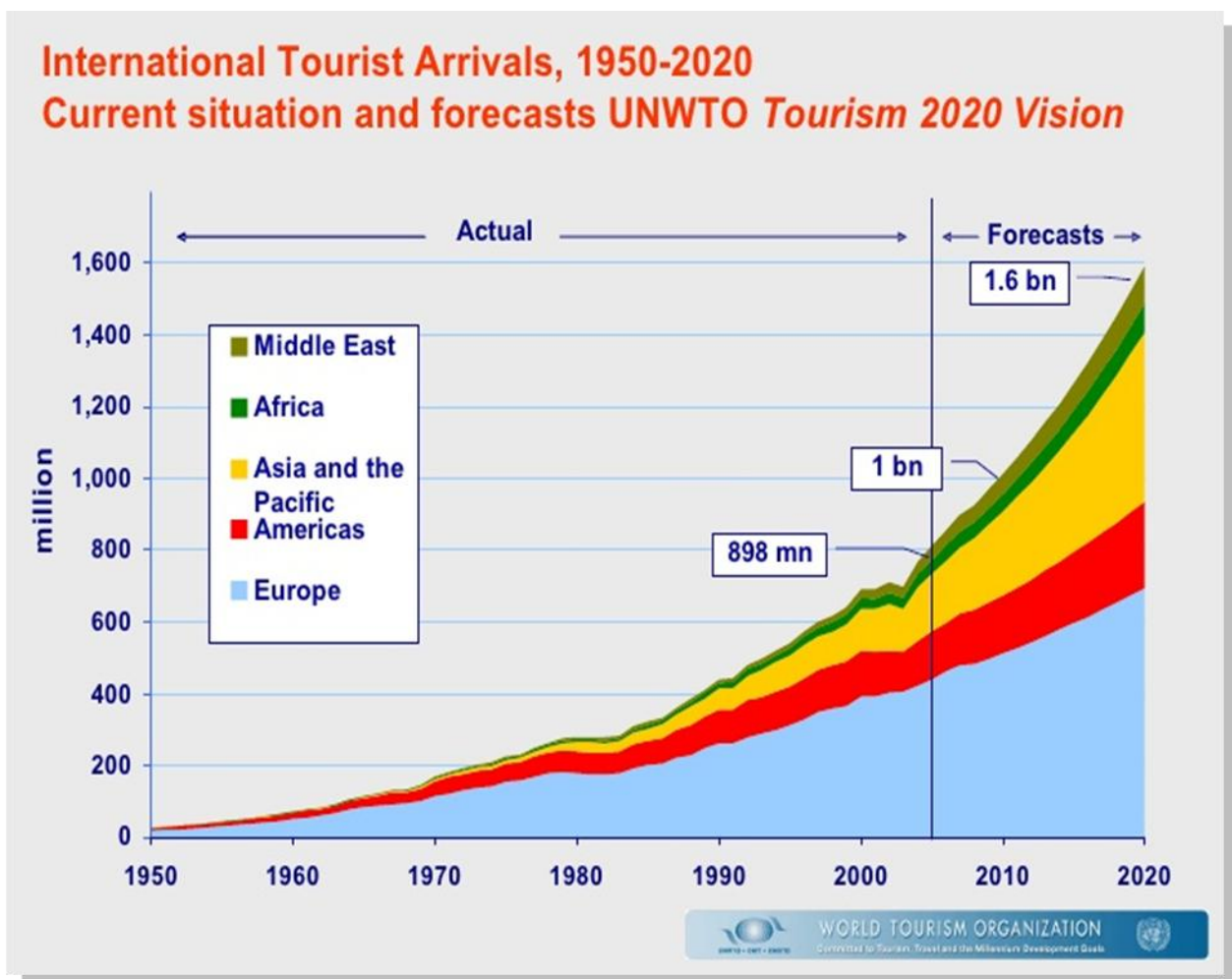
Σύμφωνα με τα στοιχεία του UWNTO οι διεθνείς αφίξεις για το 2008 ήταν 924 εκατ., τριπλάσιες από αυτές της περιόδου 1975-2000. Επίσης η κρίση του 2008 προκάλεσε μικρότερη άνοδο της τουριστικής κίνησης (2%) σε σχέση με προηγούμενες χρονιές ενώ το 2009 καταγράφηκε αύξηση 2,1%. Αυτό αποδεικνύει ότι ο σύγχρονος τουρισμός είναι αρχικά συνάρτηση του εισοδήματος και της αγοραστικής αξίας του χρήματος καθώς και των δαπανών. Αυτό με τη σειρά του συνδέει τον τουρισμό με την πορεία και την ανάπτυξη της

οικονομίας. Επίσης σε περιοχές που έχουν δημιουργηθεί πολιτικές ή φυσικές κρίσεις παρουσιάζεται αρνητική επίδραση στην τουριστική κινητικότητα συνδέοντας τον τουρισμό με την πολιτική γενικότερη κατάσταση και την φυσική και περιβαλλοντική κατάσταση ενός προορισμού.

Παρόλο που βραχυπρόθεσμα σημειώνονται скаμπανεβάσματα στην τουριστική κίνηση, σε βάθος χρόνου (μακροπρόθεσμα) παρουσιάζεται ανοδική τάση, επιβεβαιώνοντας τη σημαντικότητα του και τη συμβολή του στην οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη ενός τόπου. Σύμφωνα με έρευνα του UNWTO 2009 η Ευρώπη απορροφά το 55% των διεθνών αφίξεων και το 50% των εσόδων. Αναμένεται για το 2020 να πραγματοποιηθούν πάνω από 1,6 δις αφίξεις και η Ευρώπη να δεχτεί παραπάνω από 717 εκατ. τουρίστες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8

ΕΣΟΔΑ ΑΝΑ ΕΥΡΩΠΗ- ΑΣΙΑ -ΑΜΕΡΙΚΗ



ΠΗΓΗ: UNWTO 2008

Η γενικότερη εικόνα του τουρισμού έχει αλλάξει από το 1970 κατά πολύ. Ο μαζικός τουρισμός δίνει τη θέση του στον επιλεκτικό ή ειδικό τουρισμό. Ο σημερινός τουρίστας είναι πιο έμπειρος, πιο ταξιδεμένος, πιο ενημερωμένος για προορισμούς και δραστηριότητες σε ταξιδιωτικά μέρη, πιο απαιτητικός, αναζητά ποιότητα, επικεντρώνεται στα προσωπικά του ενδιαφέροντα δημιουργώντας έδαφος για την ανάπτυξη εναλλακτικών ειδών τουρισμού. Η τουριστική κίνηση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο και το διαθέσιμο εισόδημα. Η τεχνολογική πρόοδος άλλαξε πολύ το σκηνικό στον τουρισμό από το 1970 και μετά. Οι μεταφορικές αεροπορικές εταιρίες εκσυγχρονίστηκαν τόσο ως προς τα αεροσκάφη αλλά και ως προς τις υπηρεσίες τους (charters) και τις χαμηλές κόστους εταιρίες (ryanair). Η παγκοσμιοποίηση έφερε το άνοιγμα των αγορών, την ελεύθερη κίνηση προϊόντων και ανθρώπων (Vellas, 2007).⁹

Η πληροφορία έγινε μέσω του διαδικτύου πιο εύκολα προσβάσιμη σε πραγματικό χρόνο πλέον και πιο γρήγορα διαδεδομένη δίνοντας τη δυνατότητα στον τουρίστα να κάνει σύγκριση τιμών, δημιουργία τουριστικού πακέτου σύμφωνα με τις προσωπικές του προτιμήσεις ενώ οι επιχειρήσεις ανέπτυξαν τις ηλεκτρονικές πληρωμές και απέκτησαν άμεση πρόσβαση στον τουρίστα πλήττοντας τα ταξιδιωτικά γραφεία (μεσίτες τουρισμού) (Buhalis, 2003) (Buhalis,2005). Η αύξηση της ευαισθησίας των τουριστών για το περιβάλλον έχει αλλάξει τον τρόπο λειτουργίας και κατασκευής των τουριστικών μονάδων στρέφοντας τις επιχειρήσεις σε κατασκευές με φιλικά προς το περιβάλλον υλικά, συμμετοχή σε περιβαλλοντικές δράσεις όπως Greenpeace κτλ μια που οι τουρίστες τείνουν να δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση σε μονάδες που με κάποιο τρόπο ή πιστοποίηση αποδεικνύουν τον σεβασμό στο περιβάλλον.

Τα τελευταία χρόνια αντίστοιχη είναι η τάση προς μονάδες ευαισθητοποιημένες με ανθρώπους ΑΜΕΑ παρέχοντας τις κατάλληλες υποδομές και παροχές.Σημαντικό είναι σήμερα και το θέμα της τρομοκρατίας τα τελευταία δύο χρόνια με αφορμή την τρομοκρατική επίθεση της 11^{ης} Σεπτεμβρίου. Προορισμοί πιθανοί στόχοι παρουσιάζουν μείωση των κρατήσεων ή ακυρώσεις κρατήσεων ενώ ένα ποσοστό τουριστών αναβάλλει τις διακοπές του τρομοκρατημένος από τις είδη καταγεγραμμένες τρομοκρατικές επιθέσεις. Η Ελλάδα έχει όλες τις προδιαγραφές για να αναπτυχθεί ως προορισμός. Χρειάζεται όμως στρατηγικός σχεδιασμός, υποδομές στα περισσότερα καταλύματα και τις περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις προκειμένου να αναδειχτεί σωστά. Η πρόσφατη προσφυγική κρίση

⁹ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Δ. Λαγός, Ε. Κοντογεώργος, (2003)

χρειάζεται πολύ οργανωμένες κινήσεις ώστε να μην θίξει το αίσθημα ασφάλειας που μόλις προαναφέραμε προκειμένου να μην επηρεάσει την πρόθεση του τουρίστα να ταξιδέψει στη χώρα μας. Η ιδιωτικοποίηση λιμανιών και αεροδρομίων (airport) είναι κινήσεις τουριστικής ανάπτυξης που καλλιεργούν το έδαφος για μεγαλύτερη ανάδειξη της Ελλάδας ως προορισμού στο εξωτερικό φέρνοντας νέες αεροπορικές εταιρίες στην χώρα μας, κάνοντας πιο σύγχρονες τις υποδομές μας και αυξάνοντας την ποιότητα των υπηρεσιών γενικότερα.

4.9. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

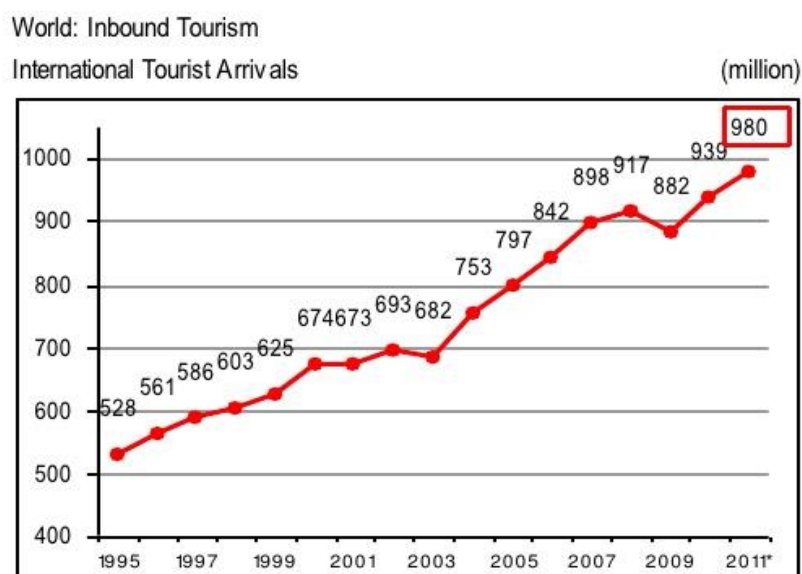
Όπως έχουμε ήδη προαναφέρει η τουριστική κρίση επηρέασε μεν τον ρυθμό της τουριστικής αύξησης αλλά το γενικό πλαίσιο και η γενική τάση του τουρισμού συνέχισε να είναι ανοδική όπως φαίνεται στο κάτωθι σχεδιάγραμμα. Βραχυπρόθεσμα παρατηρούμε τη μείωση των αφίξεων από το 2008 με το 2009 ενδεχομένως λόγω και του πρώτου οικονομικού σοκ και της ανασφάλειας για τη μετέπειτα πορεία του τουρισμού όμως μακροπρόθεσμα είναι ξεκάθαρα ανοδική η τάση του τουρισμού και των αφίξεων. Δυστυχώς λόγω της οικονομικής κρίσης πολλές μικρές επιχειρήσεις έκλεισαν ενώ παρατηρούμε σε παγκόσμιο επίπεδο τη συγχώνευση μεγάλων τουριστικών εταιριών (starwoods). Ειδικότερα για τις επιχειρήσεις που δεν ήταν εξοικειωμένες με την τεχνολογία, με τις νέες τάσεις του τουρισμού, που δεν κατάφεραν να χαράξουν και να εφαρμόσουν συγκεκριμένο στρατηγικό σχεδιασμό οι «άμυνες» ήταν πολύ χαμηλές στην κρίση με αποτέλεσμα να κλείσουν ή να εξαγοραστούν. Αυτό διευρύνει ακόμη περισσότερο την έννοια και την εφαρμογή της παγκοσμιοποίησης κάνοντας ακόμη πιο ομοιογενές και μη διαφοροποιημένο το τοπικό προϊόν του τουρισμού και αμαυρώνοντας την εθνική ταυτότητα του κάθε τόπου μέσα από τις τουριστικές υπηρεσίες.

4.10. ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ 2008-2015

Κάνοντας μια μικρή και σύντομη ιστορική αναδρομή παρατηρούμε ότι τη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού το 1950 και το 1960 διαδέχτηκε ρεύμα τουριστικής κίνησης από την Λατινική Αμερική, την Αφρική, τη Βόρεια Αμερική και τη Μέση Ανατολή. Ο ευάλωτος χαρακτήρας του τουρισμού και η βραχυπρόθεσμη ευαισθησία του στις πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές και φυσικές κρίσεις δεν εμποδίζει την μακροπρόθεσμη ανοδική του πορεία και τάση. Απόδειξη η συνολικά ανοδική τάση του διεθνούς τουρισμού από το 2001-2010 μετά τα γεγονότα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου και τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9

ΕΣΟΔΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ 1995 – 2011



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



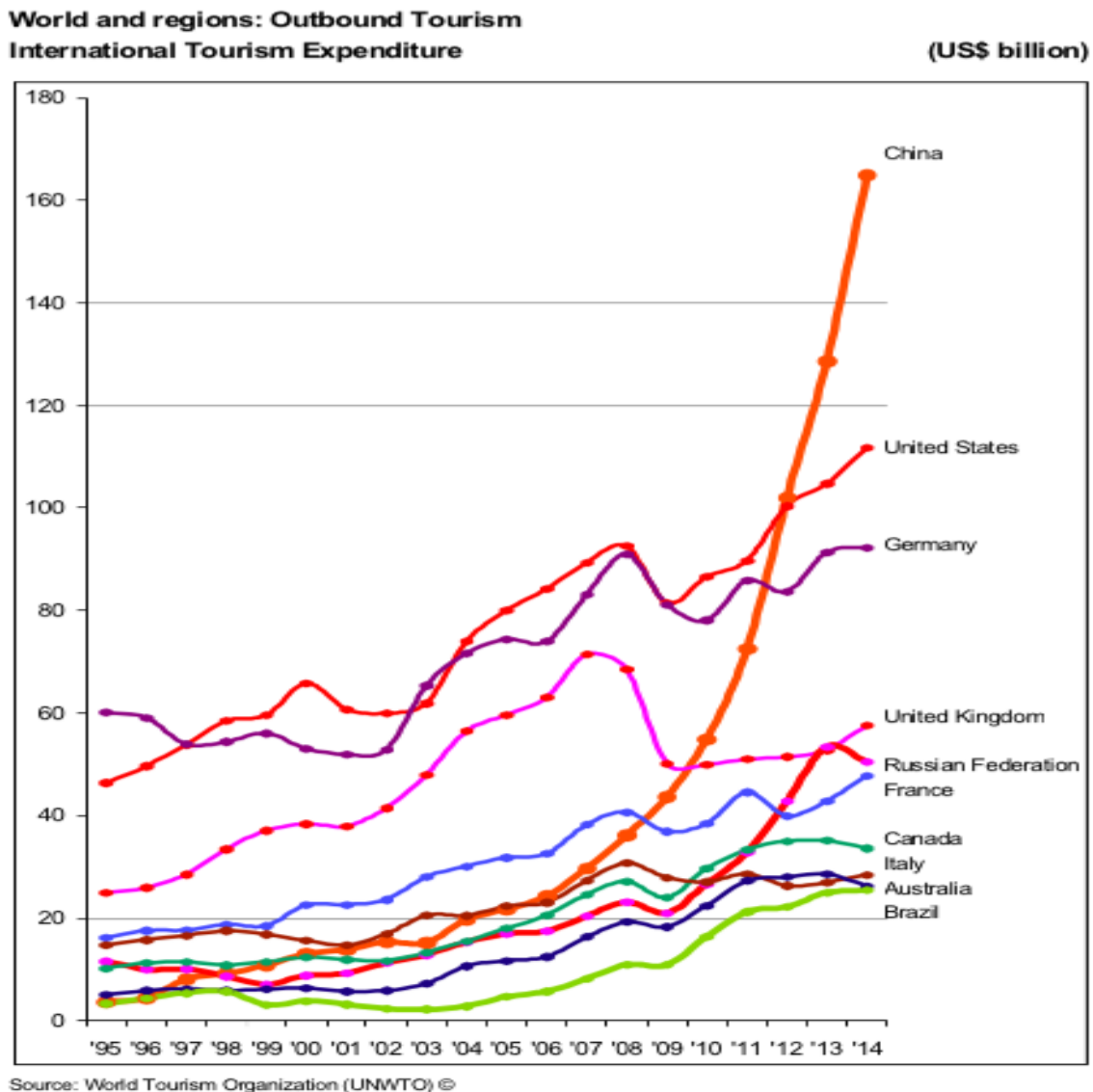
ΠΗΓΗ: UNWTO

Από τα παραπάνω σχεδιαγράμματα είναι ξεκάθαρη η μακροπρόθεσμη πορεία του διεθνούς τουρισμού και μάλιστα ανάμεσα στην περίοδο 2008 με 2015 όπου η διεθνής οικονομική κρίση, παρέα με την τρομοκρατική κρίση και την έναρξη της προσφυγικής κρίσης –ιδιαίτερα στην Ευρώπη- το 2015. Λαμβάνοντας σοβαρά υπόψη την παρακάτω εικόνα του **UNWTO** καταλαβαίνουμε γιατί είναι τόσο σημαντική η μακροπρόθεσμη ανοδική πορεία του τουρισμού και τι συνεπάγονται οι μικρές διακυμάνσεις για την τοπικές κοινωνίες:

Η συμμετοχή του τουρισμού κατά 10% στο παγκόσμιο ακαθάριστο εθνικό προϊόν, το 1/11 της συμβολής του στην παγκόσμια απασχόληση, το μερίδιο του 6% στις διεθνείς εξαγωγές και το 30% των εξαγόμενων παγκόσμιων υπηρεσιών τονίζει την σημαντικότητα του και δικαιολογεί το ενδιαφέρον οικονομολόγων, πολιτικών και ερευνητών για την πορεία του και την πρόβλεψή του. Όσο αναφορά τις τουριστικές δαπάνες που πραγματοποιούνται κατά την περίοδο 2008-2015:

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ



ΠΗΓΗ: UNWTO

Παρατηρούμε ότι οι τουρίστες που το 2014 παρουσιάζουν τις μεγαλύτερες τουριστικές δαπάνες κατά σειρά είναι οι Κινέζοι, οι Αμερικάνοι, οι Γερμανοί, οι Άγγλοι, οι Ρώσοι, οι Γάλλοι, οι Καναδέζοι, οι Ιταλοί. Επίσης είναι αξιοσημείωτο ότι τη μεγαλύτερη άνοδο από το 2008 έως το 2014 σε δαπάνες την έχουν οι Κινέζοι και οι Ρώσοι μια που η κλίση της ευθείας των δαπανών τους είναι πολύ πιο απότομη.

Όσον αφορά την κατάσταση της Ελλάδας παρατηρούμε ότι:

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ & ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Το 2003 υπήρξε μια μικρή πτώση ενδεχομένως να επηρεάστηκε από την μετέπειτα περίοδο της πτώσης των δίδυμων Πύργων και το γενικό αίσθημα του φόβου ως προς τη μετακίνηση. Σε γενικές γραμμές παρατηρείται μια τουλάχιστον σταθερή και ελαφρώς ανοδική πορεία στο βάθος των ετών.

4.11. Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

Η κατάσταση του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια έχει δεχθεί αλλαγές τόσο σε ότι αφορά το νομικό πλαίσιο μέσα από ένα σύνολο τροποποιήσεων των σχετικών κείμενων διατάξεων όσο και σε ότι αφορά μεταρρυθμίσεις οικονομικού περιεχομένου. Με το π.δ. 24/2015 το Υπουργείο Τουρισμού συγχωνεύτηκε με το νέο Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών και Ναυτιλίας και Τουρισμού και ορίστηκε Αναπληρωτής Υπουργός Τουρισμού. Σύμφωνα με τη μελέτη του ΙΤΕΠ (2015) με την εφαρμογή του ν.4254/2014 στα πλαίσια του ν.4046/2012 με αφορμή την έκθεση του ΟΟΣΑ απλουστεύονται και αίρονται διαδικασίες που αφορούν τον τουρισμό.

Οι εν λόγω καταργηθέντες διατάξεις αφορούσαν χιλιομετρικές αποστάσεις από προορισμούς που καθόριζαν τη δυναμικότητα σε κλίνες, σε υποχρεωτική κατασκευή αυτοκινητοδρόμων, κέντρων αθλητισμού, αφορούσαν έλεγχο σκοπιμότητας για κατασκευή συνεδριακού χώρου, έλεγχο καταλληλότητας οικοπέδου για δημιουργία κάμπινγκ,

αφορούσαν περιορισμούς σε εκμίσθωση επιβατηγών ιδιωτικής χρήσης καθώς και στη λειτουργία επιχειρήσεων εκμίσθωσης μοτοσικλετών, αφορούσαν ιδιαίτερα προσόντα για θέσεις διευθυντών σε καταλύματα, αφορούσαν γνωστοποιήσεις τιμών κτλ τιμοκαταλόγων τουριστικών καταλυμάτων, αφορούσαν περιορισμούς στην χρονομεριστική μίσθωση σχετικά με ξενοδοχειακά καταλύματα και πολλούς περιορισμούς σε παρεχόμενες υπηρεσίες από διαδικτυακά γραφεία τουρισμού. Με τις διατάξεις του ν.4254/2014 καθώς και του 4276/2014 καταργούνται και απλουστεύονται διατάξεις σχετικά με τον τουρισμό προκειμένου να παρέχονται πιστοποιημένες, ελεγχόμενες τουριστικές υπηρεσίες προστατεύοντας τόσο τον καταναλωτή (τουρίστα) όσο και τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Ο ν.4276/14 κατηγοριοποιεί τις τουριστικές επιχειρήσεις όπως θα δούμε και παρακάτω στο κεφάλαιο 2. Ωστόσο θέτει και τις προϋποθέσεις για τη χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας (ΕΣΛ) απαραίτητο για τη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Ο νόμος προσδιορίζει τις προϋποθέσεις και τους όρους χορήγησης του ειδικού σήματος λειτουργίας (Ε.Σ.Λ.). Η χορήγηση του ΕΣΛ πραγματοποιείται με την υποβολή σχετικής αίτησης, ο τύπος της οποίας διαμορφώνεται με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού ενώ η αρμόδια υπηρεσία τηρεί μητρώο των επιχειρήσεων. Από 01-04-2015 όλα τα τουριστικά καταλύματα υποχρεούνται να προμηθευτούν το ετήσιος ισχύος ειδικό θεωρημένο αυτοκόλλητο νόμιμης λειτουργίας, επάνω στο οποίο θα αναγράφεται η επωνυμία της επιχείρησης, ο αριθμός μητρώου (ΜΗ.Τ.Ε.) και θα τυπώνεται σε αριθμό αντιγράφων ίσο με τον αριθμό των δωματίων, με αύξουσα αρίθμηση.

Το αυτοκόλλητο εκδίδεται από το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) ή ενώσεις μέλη του Συνδέσμου με έγγραφο μεταβίβασης της αρμοδιότητας από τον ΣΕΤΕ με κοινοποίηση στο Υπουργείο Τουρισμού. Η διαδικασία χορήγησης του ΕΣΛ γίνεται προσκομίζοντας αίτηση υπεύθυνη δήλωση, άδεια οικοδομής εκδοθείσα από οικείο ΟΤΑ, πιστοποιητικό πυρασφάλειας, βεβαίωση σύνδεσης με το οδικό δίκτυο ή βεβαίωση καλής λειτουργίας αποχετευτικού από πτυχιούχο μηχανολόγο μηχανικό, δήλωση υπαγωγής σε Πρότυπες Περιβαλλοντικές Δεσμεύσεις (ΠΠΔ), αντίγραφο οικοδομικής άδειας, αντίγραφο ποινικού μητρώου και βεβαίωση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) περί τήρησης πάσης φύσεως υποχρεώσεων. «Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών, Διοικητικής Μεταρρύθμισης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης και Τουρισμού καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις, καθώς και η μορφή και το περιεχόμενο του εντύπου της διαδικασίας χορήγησης Ειδικού Σήματος Λειτουργίας, προκειμένου αυτή να ενταχθεί στο

σύστημα διεκπεραίωσης μέσω Κέντρου Εξυπηρέτησης Πολιτών ΚΕΠ που λειτουργεί ως Ενιαίο Κέντρο Εξυπηρέτησης», (άρθρο 3 παρ.2). Το σήμα χορηγείται εντός 50 ημερών, είναι αόριστης διάρκειας και δίνεται μετά και από την καταβολή σχετικού παραβόλου. Παρόμοια είναι και τα δικαιολογητικά για τη χορήγηση του ΕΣΛ και για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια διαμερίσματα.

Σύμφωνα με το άρθρο 5 παρ. 1 τα ξενοδοχεία κατηγοριοποιούνται σε κατηγορίες αστέρων (πέντε στον αριθμό) και με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού καθορίζονται οι προδιαγραφές για την ένταξη ενός ξενοδοχείου στην αντίστοιχη κατηγορία αστεριών. Η παρ.2 προσδιορίζει την κατηγοριοποίηση των επιπλωμένων δωματίων σε κατηγορίες κλειδιών των οποίων η κατάταξη ομοίως πραγματοποιείται με την εφαρμογή αντίστοιχης απόφασης Υπουργού Τουρισμού. Το άρθρο 6 προσδιορίζει ότι το αρμόδιο όργανο κατάταξης ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.) οποίο εντός 50 ημερών εκδίδει το σχετικό πιστοποιητικό.

Η προθεσμία υποβολής του πιστοποιητικού κατάταξης στην αρμόδια τουριστική υπηρεσία είναι είκοσι ημέρες. Σε αντίθετη περίπτωση το ΕΣΛ ανακαλείται. Η ισχύς του πιστοποιητικού είναι 5 έτη μετά το πέρας των οποίων οι επιχειρηματίες υποχρεούνται να υποβάλλουν πιστοποιητικό ανανέωσης. Σε περίπτωση αυτεπάγγελτου ελέγχου των αρμόδιων τουριστικών υπηρεσιών διαπιστωθεί κατάταξη σε ανώτερη από την αρμόζουσα κατηγορία το ΕΣΛ ανακαλείται. Το άρθρο 7 του ν.4276/14 διασαφηνίζει ότι με απόφαση Υπουργού Τουρισμού ορίζονται τα πλαίσια ελέγχου των αρμόδιων υπηρεσιών τουρισμού. Το πρόστιμο που επιβάλλεται σε ξενοδοχειακό κατάλυμα που λειτουργεί είτε χωρίς το ΕΣΛ είτε κατά τη διάρκεια της ανάκλησης του ΕΣΛ είναι 200 ευρώ ανά κλίνη. Αντίστοιχα για τουριστικές κατασκηνώσεις το πρόστιμο είναι 200 ευρώ ανά οικίσκο. Κατασκηνώσεις που παραβαίνουν τις διατάξεις που διέπουν τη λειτουργία των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων επιβαρύνονται με το πρόστιμο των 5.000,00 ευρώ και αφαίρεση του ΕΣΛ για διάστημα έξι μηνών.

Η οριστική αφαίρεση του ΕΣΛ πραγματοποιείται όταν έχουν επιβληθεί τουλάχιστον τρεις κυρώσεις προστίμου σε διάστημα δεκαοχτώ μηνών ή όταν έχει αφαιρεθεί προσωρινά το ΕΣΛ εντός της προηγούμενης τριετίας. Σε ένα γενικό πλαίσιο λειτουργία καταλύματος χωρίς ΕΣΛ ποινικοποιείται με σφράγιση (άρθρο 4, παρ.3). Πλήθος κυρώσεων του παρόντος άρθρου προστατεύουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες του τουρισμού και συνεπώς τον τουρίστα (παρ. 9, παρ.10, παρ.15) «τιμωρώντας» τη μη παροχή διαφημιζόμενων υπηρεσιών, στέρηση τουριστικών υπηρεσιών λόγω μη τήρησης προαναφερόμενων διατάξεων.

Η λειτουργία χωρίς το ειδικό αυτοκόλλητο τιμωρείται με πρόστιμο 1.000,00 ευρώ ανά τουριστικό κατάλυμα. Προστατεύεται επίσης με την παρ. 18 η τουριστική αγορά με την απαγόρευση τροχόσπιτων σε αρχαιολογικούς χώρους, αιγιαλούς παραλίες κτλ. Η είσπραξη των προστίμων γίνεται σύμφωνα με τις διατάξεις του ΚΕΔΕ.

Το άρθρο 29 παρ.1 του ν.2160/93 αντικαθίσταται ορίζοντας καταφύγιο «τουριστικό λιμένα με βασικές κτιριολογικές υποδομές εμβαδού 300τμ» και βασικές παροχές. Επίσης το άρθρο 31 παρ. 1 του ν.2160/93 αντικαθίσταται ξεκαθαρίζοντας ότι οι μαρίνες σε αρχαιολογικούς χώρους χωροθετούνται σύμφωνα με τις διατάξεις του πδ 1/2004. Με την χορήγηση της σύμφωνης γνώμης Επιτροπής Τουριστικών Λιμένων δύνανται να δημιουργηθούν ανεξάρτητες θαλάσσιες ζώνες εξυπηρέτησης υδροπλάνων (άρθρο 11, ν.4276/14) με τροποποίηση της παρ.1 άρθρου 31 του ν.2160/93. Το καθεστώς ξενοδοχειακής συνιδιοκτησίας (condo hotels) επιτρέπεται με το άρθρο 18 του παρόντος, ενώ το άρθρο 19 αναφέρει τα αναγνωρισμένα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας. Έργα μικρής κλίμακας επιτρέπονται με τις προϋποθέσεις του άρθρου 20. Το Υπουργείο Τουρισμού δύνανται να εκμεταλλεύεται τα ακίνητα του καταργηθέντος Οργανισμού Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.) με εκμίσθωση έως 90 ετών και τα εν λόγω ακίνητα απαλλάσσονται από φόρους, τέλη κτλ. Οι άδειες των επαγγελματιών ξεναγών (άρθρο 9 του ν. 710/1977) μπορούν να επεκταθούν με την προσθήκη σπάνιων ξένων γλωσσών με την προσκόμιση πιστοποιητικού σε υπηρεσία του Υπουργείου Τουρισμού. Με τις ανωτέρω διατάξεις το κράτος διασφαλίζει την πιστοποίηση, την κατάταξη και τον έλεγχο λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων διαφυλάσσοντας τα όρια και τους κανόνες και τα εμπλεκόμενα με τον τουρισμό πρόσωπα (φυσικά ή νομικά). Η τουριστική προβολή και προώθηση των τουριστικών δράσεων τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο γίνεται από τον ΕΟΤ όπως θα αναλύσουμε και στο τρίτο κεφάλαιο. Ο ΕΟΤ έχει αναλάβει τον εποπτικό και συντονιστικό ρόλο όσο αναφορά τις τουριστικές δράσεις δημόσιων οργανισμών και φορέων ώστε να είναι εναρμονισμένες με τον γενικότερο στρατηγικό τουριστικό σχεδιασμό της χώρας.

Η μελέτη του ΙΤΕΠ 2015 δείχνει ότι το 88% του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα προέρχεται από ευρωπαϊκές χώρες και κυρίως από Γερμανία, Αγγλία και Γαλλία. Είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι οι τρεις αυτές χώρες είναι ιδιαίτερα απαιτητικές ως προς τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες και επηρεάζουν θετικά το βαθμό ικανοποίησής τους η ένδειξη των ειδικών σημάτων πιστοποίησης στις τουριστικές επιχειρήσεις. Μετά λοιπόν τις τροποποιητικές διατάξεις και με τη μελέτη του ΙΤΕΠ διαπιστώνεται αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού, μεγαλύτερη πληρότητα στα ξενοδοχεία της χώρας. Το 2014 η Ελλάδα έρχεται

πρώτη σε αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού στην Ευρώπη με 23% ενώ ακολουθεί η Πορτογαλία με 12,9%.

Όσο αναφορά τις εισπράξεις η Ελλάδα κατακτά τη δεύτερη θέση με 11,1% (λόγω μείωσης της κατά κεφαλής δαπάνης) ενώ η Πορτογαλία έρχεται πρώτη με 12,4%. Διαπιστώνουμε σε γενικές γραμμές ότι είχε άμεσο αποτέλεσμα στον τουρισμό η αλλαγή περιοριστικών κανονισμών και διατάξεων και σύμφωνα και με το ΙΤΕΠ τα μεγέθη μπορούν και έχουν τις προϋποθέσεις να βελτιωθούν ακόμη περισσότερο. Οι κατηγορίες των τουριστικών επιχειρήσεων μετά την κατάργηση των διατάξεων του ν.2160/93 και τις νέες διατάξεις του 4276/14 είναι: τα τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια κτλ), οι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, τα τουριστικά γραφεία, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, οι επιχειρήσεις εκμίσθωσης δίτροχων, τρίτροχων και τετράτροχων οχημάτων, τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών και ναυλομεσιτικά γραφεία. Διασαφηνίζεται ότι «τουριστικά καταλύματα είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση» , (ν.4276/14 άρθρο 1, παρ.1).

Ακόμα πιο αναλυτικά τα τουριστικά καταλύματα κατηγοριοποιούνται σε κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα: ξενοδοχεία, οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις, σε ξενώνες φιλοξενίας νέων, τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα, τα ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας, τα ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων (πδ 33/1979) και μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα: αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα-τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις, σε αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα-τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες, σε ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια-διαμερίσματα, σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, σε συνεδριακά κέντρα, σε γήπεδα γκολφ, σε τουριστικούς λιμένες, σε χιονοδρομικά κέντρα, σε θεματικά πάρκα, σε εγκαταστάσεις ιαματικού τουρισμού, σε κέντρα προπονητικού αθλητισμού, σε ορειβατικά καταφύγια, σε αυτοκινητοδρόμια, σε τουριστικά γραφεία, σε γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, σε επιχειρήσεις εκμίσθωσης μοτοσικλετών κτλ, σε τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών, σε ναυλομεσιτικά γραφεία. Στο θέμα 1 αναλύσαμε ήδη τον τρόπο χορήγησης του ειδικού σήματος λειτουργίας (ΕΣΛ). Οι ειδικές τουριστικές υποδομές περιλαμβάνουν τα καταφύγια που προαναφέρθηκαν , τις μαρίνες, τις θαλάσσιες ζώνες υδροπλάνων, τα ναύδετα, τους τουριστικούς λιμένες, τα σύνθετα τουριστικά καταλύματα, τα ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας, τα υφιστάμενα χιονοδρομικά κέντρα, τα μικρής κλίμακας έργα έμπροσθεν τουριστικών καταλυμάτων και τους αυτοκινητόδρομους.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού σύμφωνα με τον 4276/2014 είναι:

α) ο οινoturισμός με το ειδικό σήμα επισκέψιμου οινοποιείου με ειδικό λογότυπο που πιστοποιεί την οινoturιστική επιχείρηση(άρθρο 25 παρ.4),

β) ο ιατρικός και ιαματικός τουρισμός με διακριτό το ειδικό σηματάκι ιατρικού τουρισμού και πιστοποίηση παροχών ιατρικού τουρισμού, το τουρισμός υπαίθρου με σκοπό την επαφή με τη φύση, ο αγροτουρισμός «ειδική μορφή τουρισμού υπαίθρου η οποία αφορά την παροχή υπηρεσιών υποδοχής και φιλοξενίας ή και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με αγροτικές εγκαταστάσεις, οι οποίες προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες που σχετίζονται με την αγροτική παραγωγή, όπως και με την προστασία και ανάδειξη του φυσικού και ανθρωπογενούς αγροτικού τοπίου.

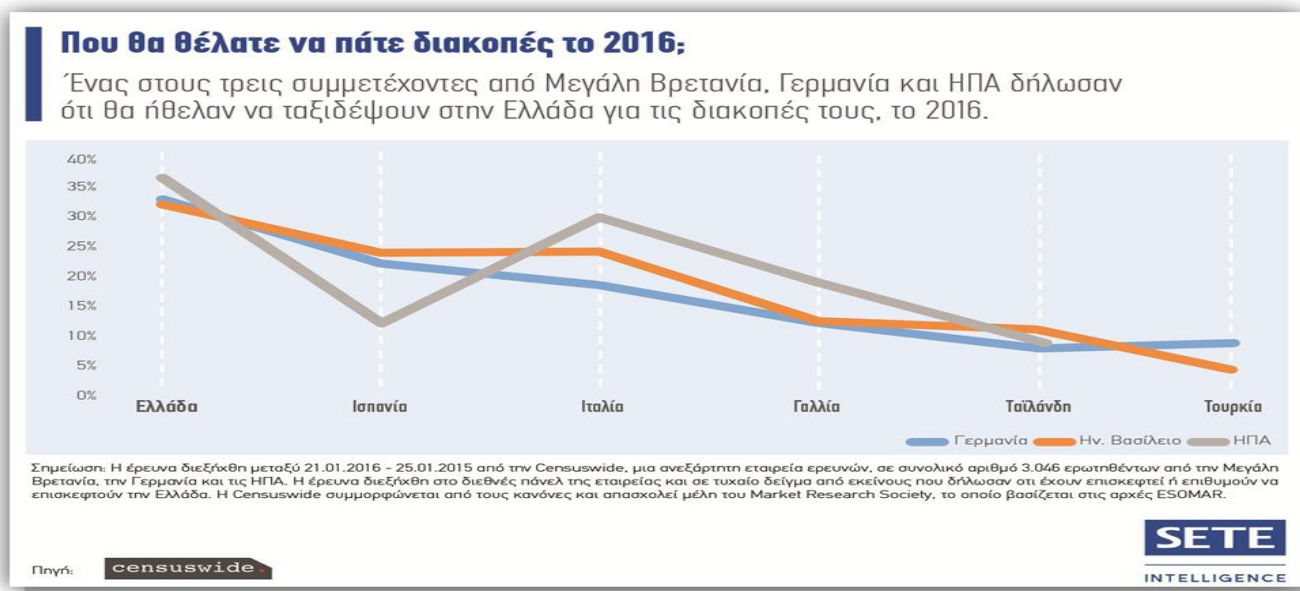
Η δραστηριότητα του αγροτουρισμού συνδυάζεται υποχρεωτικά με την παραγωγή αγροτικών προϊόντων» (άρθρο 28). Μορφές του αγροτουρισμού είναι τα αγροκτήματα, οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις, οι υπηρεσίες εστίασης, οι υπηρεσίες υποδοχής και πιστοποιούνται με ειδικό σήμα το οποίο ελέγχεται τουλάχιστον ανά τριετία. Σύμφωνα με έρευνες τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει τα είδη του τουρισμού και έχουν εμπλουτιστεί οι υποκατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού. Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι παγκοσμίως αναζητούν μορφές τουρισμού για διάφορους «ιδιαίτερους» λόγους. Είτε για να ζήσουν , να βιώσουν μια μοναδική εμπειρία, είτε για να θαυμάσουν την φύση και να έρθουν πιο κοντά της, είτε για θεραπευτικούς λόγους σε περιοχές με ευνοϊκό κλίμα πχ για άσθμα ή σε περιοχές με ιαματικά λουτρά για θεραπεία, είτε για να επισκεφτούν εκκλησίες και μοναστήρια, είτε για να δοκιμάσουν την κουζίνα και τα ιδιαίτερα εδέσματα ενός τόπου κτλ.

Με τα χρόνια εξελίσσονται οι λόγοι που αποφασίζουν οι άνθρωποι να μετακινηθούν για λόγους αναψυχής. Αυτό δείχνει πόσο σημαντικό είναι να αναπτυχθούν στη χώρα μας σωστά οι διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, να εξελιχθούν και να εμπλουτιστούν προσφέροντας μεγαλύτερο αριθμό επιλογών για τους τουρίστες και να πιστοποιηθούν προκειμένου να τηρούνται οι ελάχιστες προδιαγραφές σωστής λειτουργίας τους. Η ύπαρξη σωστού, αξιόπιστου και άμεσου ελεγκτικού μηχανισμού είναι απαραίτητη προκειμένου να καταστείλει τη μη νόμιμη λειτουργία τουριστικών καταλυμάτων που διαφημίζουν μορφές εναλλακτικού τουρισμού χωρίς να έχουν το ειδικό σήμα που πιστοποιεί την παροχή υπηρεσιών εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο στρατηγικός σχεδιασμός ΣΕΤΕ 2021 αναδεικνύει τον sun beach, τον ναυτικό τουρισμό, τον ιαματικό τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό, τον θρησκευτικό τουρισμό και τον MICE (meetings, incentives, conferences,exhibitions). Λαμβάνοντας λοιπόν όλα τα παραπάνω υπόψη αντιλαμβανόμαστε

πόσο σημαντικό είναι να προστατευθούν και να οριοθετηθούν εντός θεσμικού πλαισίου οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Όσον αφορά τις οικονομικές μεταρρυθμίσεις που έχουν επέλθει τα τελευταία έτη στην χώρα μας στον τομέα του τουρισμού ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ κ. Ανδρέας Ανδρεάδης δήλωσε στις 19 Απριλίου 2016 ότι «Το σημαντικότερο εμπόδιο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μας, είναι η υπερφορολόγηση του τουρισμού», (www.naftemporiki.gr). Σύμφωνα με τα λεγόμενα και τις θέσεις του κ. Ανδρεάδη η αύξηση της φορολογίας των επενδύσεων, οι φόροι λειτουργίας των τουριστικών επενδύσεων σε συνδυασμό με το προσφυγικό πρόβλημα στη χώρα έχουν δημιουργήσει μια κατάσταση η οποία χρήζει άμεσης κρατικής παρέμβασης σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς και τις επιχειρήσεις προκειμένου να μην αλλοιωθούν οι τουριστικές ταυτότητες και η ανοδική πορεία του τουρισμού στην χώρα μας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας (ΤτΕ) το 2015 η αύξηση των τουριστών στην χώρα μας άγγιξε το 7,6% ενώ η γενικότερη εικόνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρουσιάζει αύξηση τουριστικών επισκεπτών 13%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12

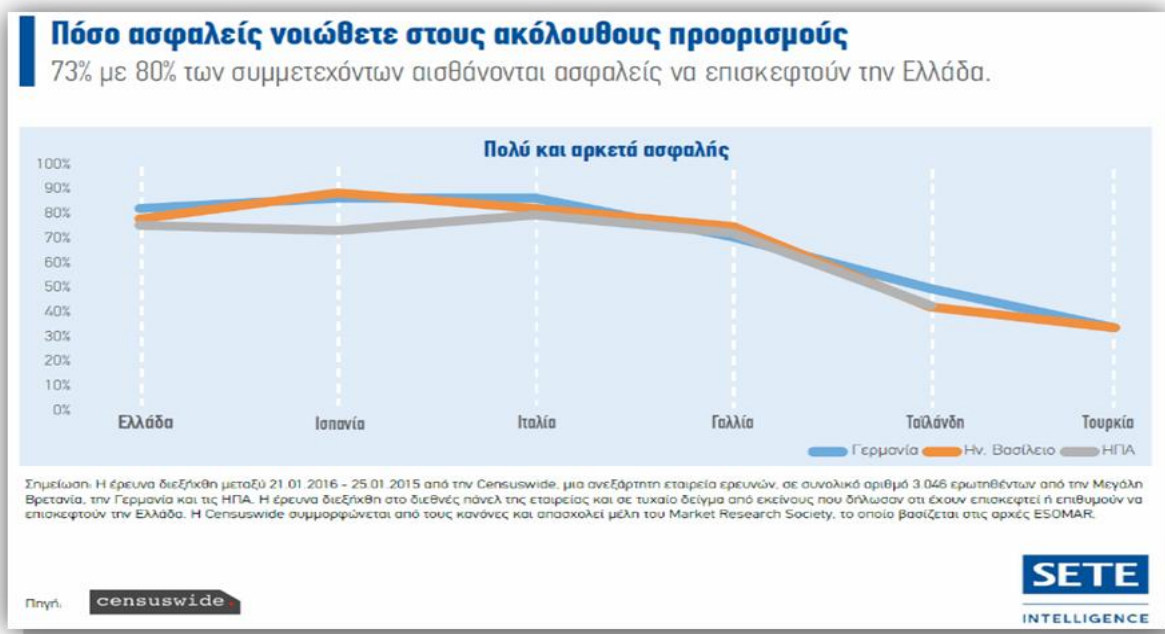


Το παραπάνω σχεδιάγραμμα φανερώνει την αναλογικά καλή πρόθεση των μεγαλύτερων εξαγωγέων τουρισμού (Μεγάλης Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ) να ταξιδέψουν στη χώρα μας παρόλη την οικονομική και προσφυγική κρίση που βιώνουμε, δίνοντας καλούς οιωνούς

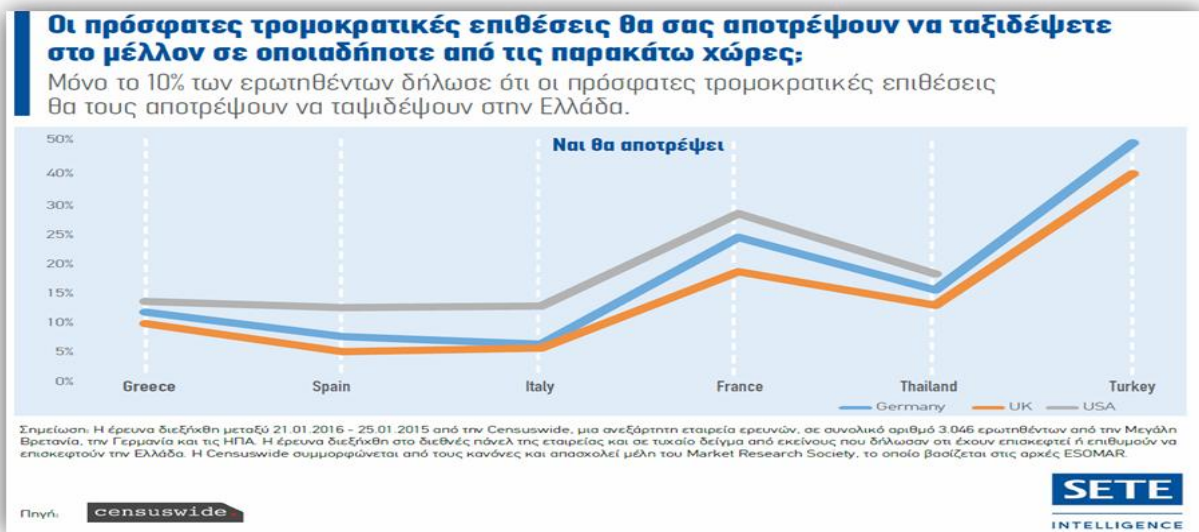
για το τουριστικό μέλλον της χώρας και αποδεικνύοντας ότι με σωστές συνεργατικές κινήσεις του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα η χώρα μπορεί να ανακάμψει.

Η έρευνα του ΣΕΤΕ 2016 αποκαλύπτει επιπλέον ότι παρά τα τελευταία γεγονότα της προσφυγικής κρίσης και των μικροεπεισοδίων στην βόρεια Ελλάδα οι υποψήφιοι μελλοντικοί τουρίστες αντιλαμβάνονται ακόμη την Ελλάδα ως έναν ασφαλή τουριστικό προορισμό. Το 80% περίπου των ερωτηθέντων αποκρίθηκαν θετικά στο πόσο ασφαλείς νοιώθουν να επισκεφτούν την Ελλάδα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14



Αντίστοιχα οι διάφορες ευρωπαϊκές τρομοκρατικές επιθέσεις που έχουν καταγραφεί κατά το τέλος του 2015 και αρχές του 2016 δεν είναι αποτρεπτικές όσο αναφορά την επίσκεψη τουριστών στην χώρα μας Μόνο το 10% φαίνεται να είναι αρνητικοί στο να επισκεφτούν τη χώρα μας επηρεασμένοι από το γενικότερο παγκόσμιο κλίμα των τρομοκρατικών επιθέσεων. Η Ελλάδα σε σχέση με άλλες χώρες όπως η Τουρκία, η Ιταλία και η Τουρκία, παρουσιάζει έλλειψη φορολογικών κινήτρων προκειμένου να αναπτύξει τουριστικές επενδύσεις.

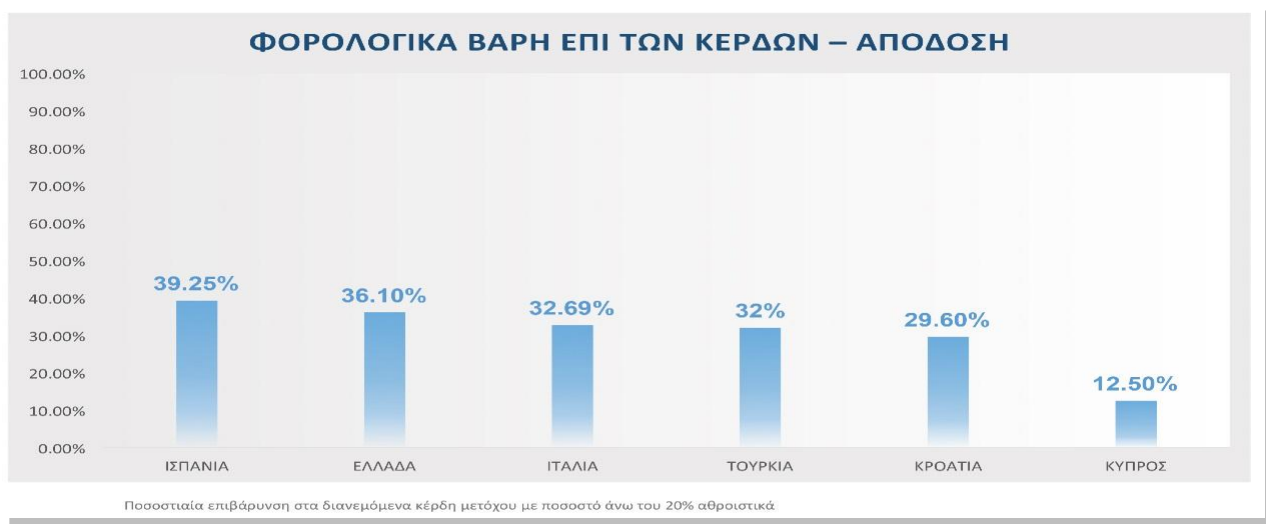
ΠΙΝΑΚΑΣ 7

	Φόροι Επενδύσεων	Φόροι Λειτουργίας	Συνολική Βαθμολογία
Κύπρος	42	42	84
Κροατία	42	39	81
Τουρκία	37	32	69
Ισπανία	31	29	60
Ιταλία	24	25	49
Ελλάδα	25	17	42

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Όπως φαίνεται και στον ανωτέρω πίνακα η Ελλάδα βρίσκεται στην τελευταία θέση όσο αναφορά τους φόρους και τα φορολογικά κίνητρα επένδυσης. Σύμφωνα με την έρευνα οι χώρες με την υψηλότερη βαθμολογία θεωρούνται φιλικότερες σχετικά με μελλοντικές επενδύσεις. Η καθυστέρηση επιστροφής του ΦΠΑ στη χώρα μας δημιουργεί τεράστια προβλήματα ρευστότητας στις τουριστικές –και όχι μόνο- επιχειρήσεις της χώρας μας.

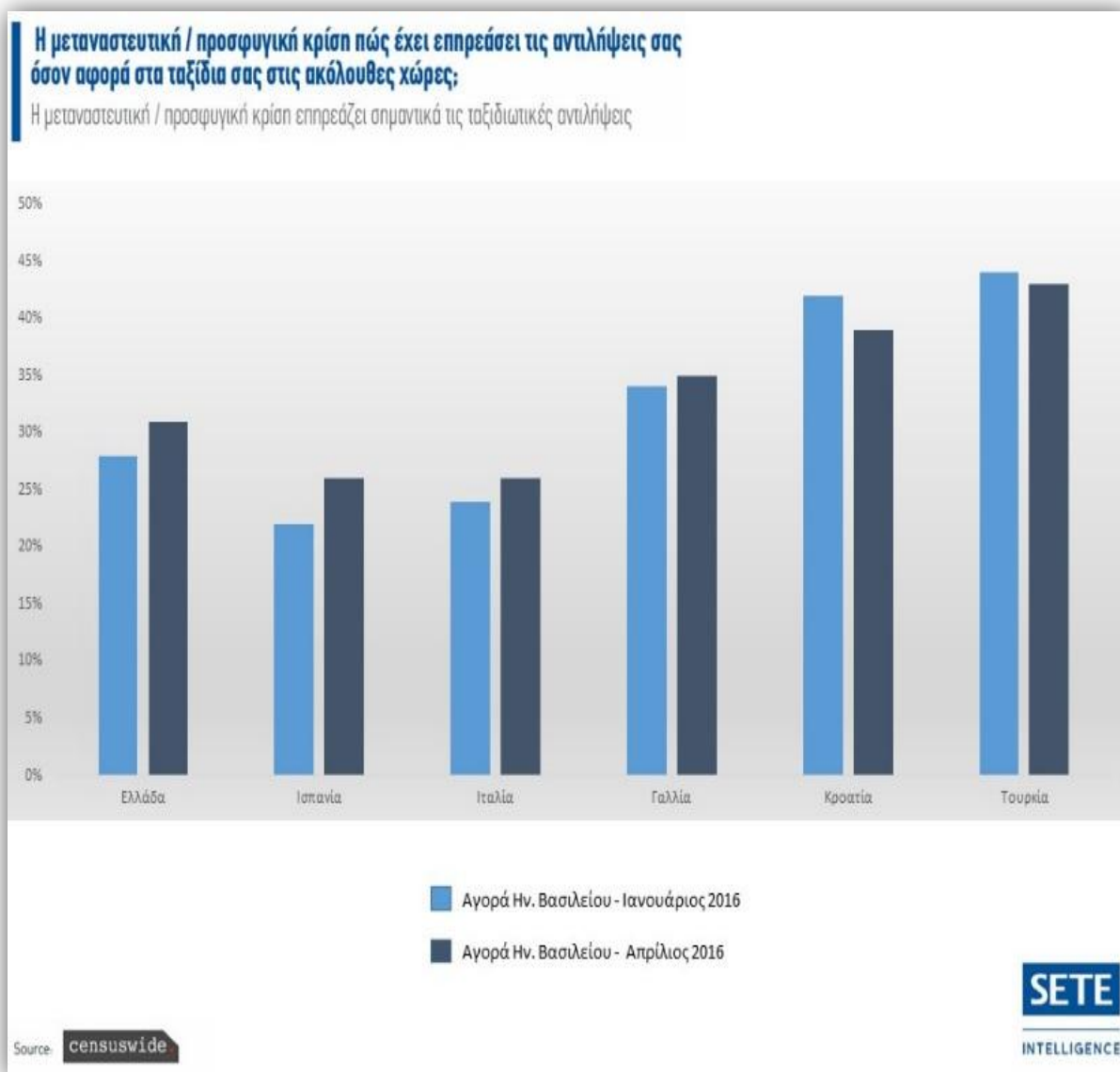
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

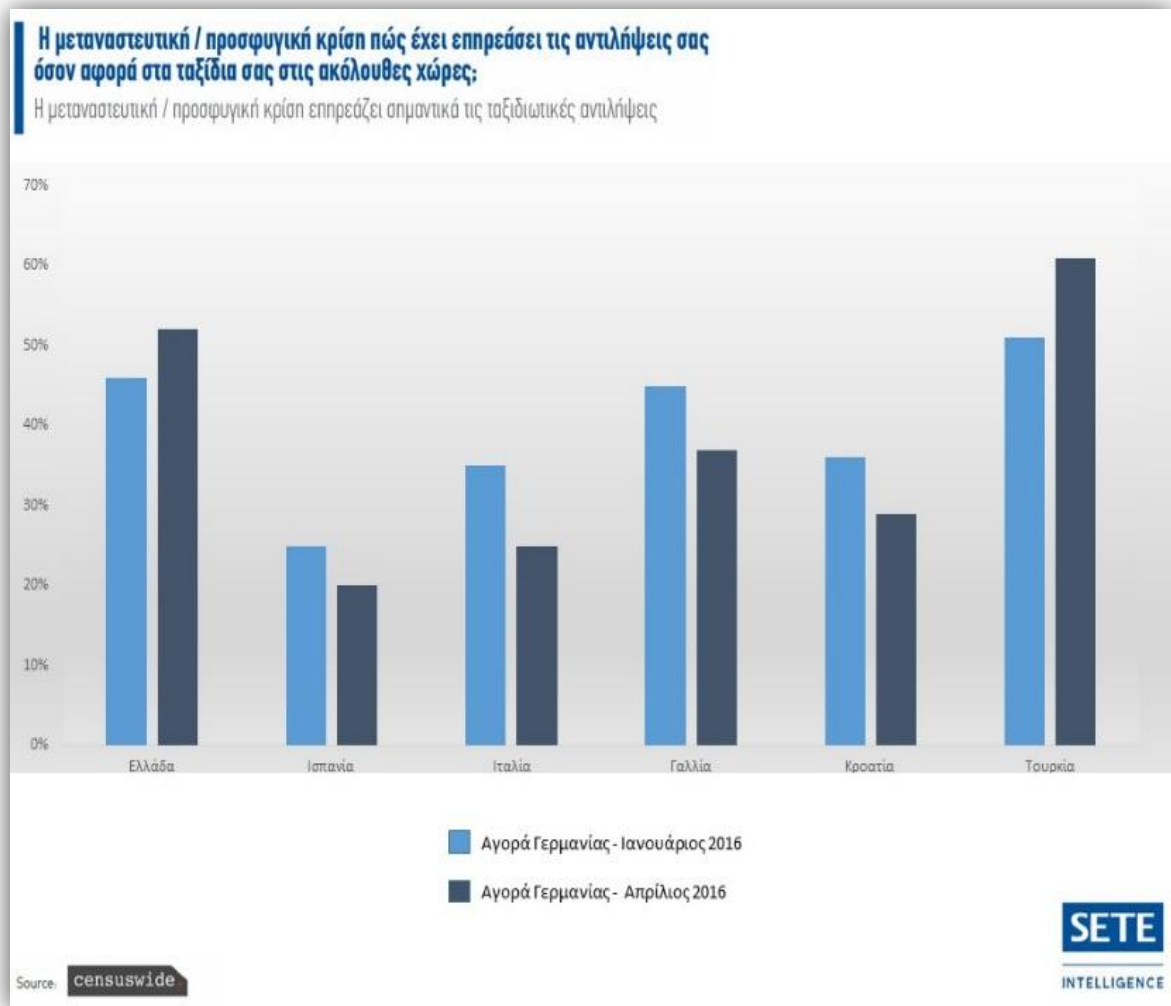
Όπως μπορούμε να διακρίνουμε η Ελλάδα δεύτερη σε σειρά μετά την Ισπανία έχει μεγάλη φορολογία στα διανεμημένα κέρδη μετόχου, δημιουργώντας αντίβαρα στα κίνητρα μελλοντικών επενδύσεων. Το προσφυγικό θέμα στην Ελλάδα έχει γίνει έντονο ιδιαίτερα στα μέσα Απριλίου στη χώρα μας. Πρόσφατη έρευνα του ΣΕΤΕ δείχνει ότι οι 4 πρώτοι μήνες του 2016 παρουσιάζουν μεταβολές ως προς τον τρόπο που αντιλαμβάνονται άλλες χώρες την Ελλάδα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

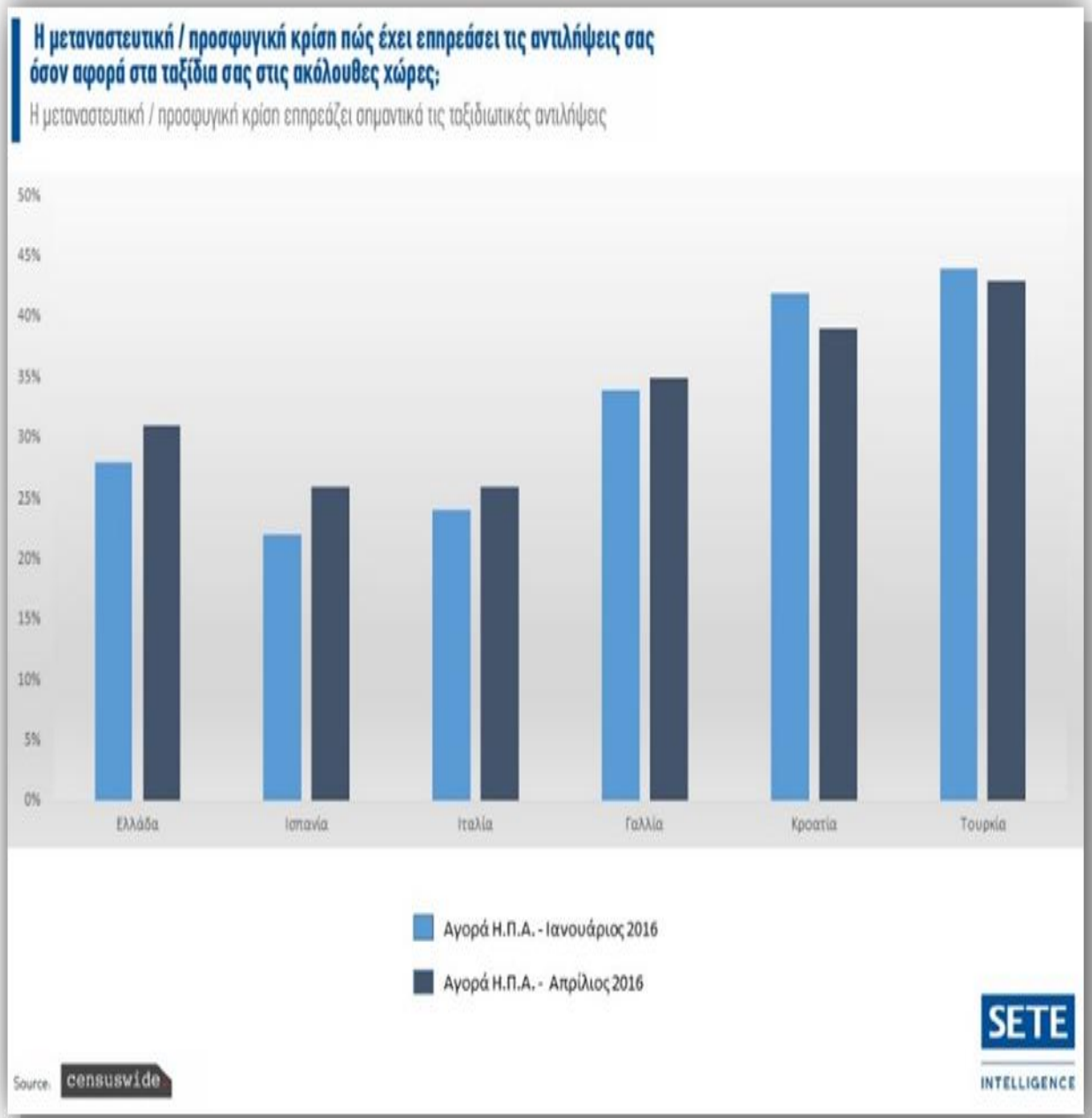
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Όπως φαίνεται η αντίληψη των Γερμανών για την χώρα μας από σε συνάρτηση με το μεταναστευτικό προσφυγικό φαίνεται τον Απρίλιο του 2016 να έχει επηρεάσει περισσότερο τον τρόπο που βλέπουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό σε σχέση με τον Ιανουάριο του 2016. Ακόμη μεγαλύτερη και εντονότερη φαίνεται να είναι η αλλαγή για τους φίλους μας τους Βρετανούς σύμφωνα με την παραπάνω εικόνα.

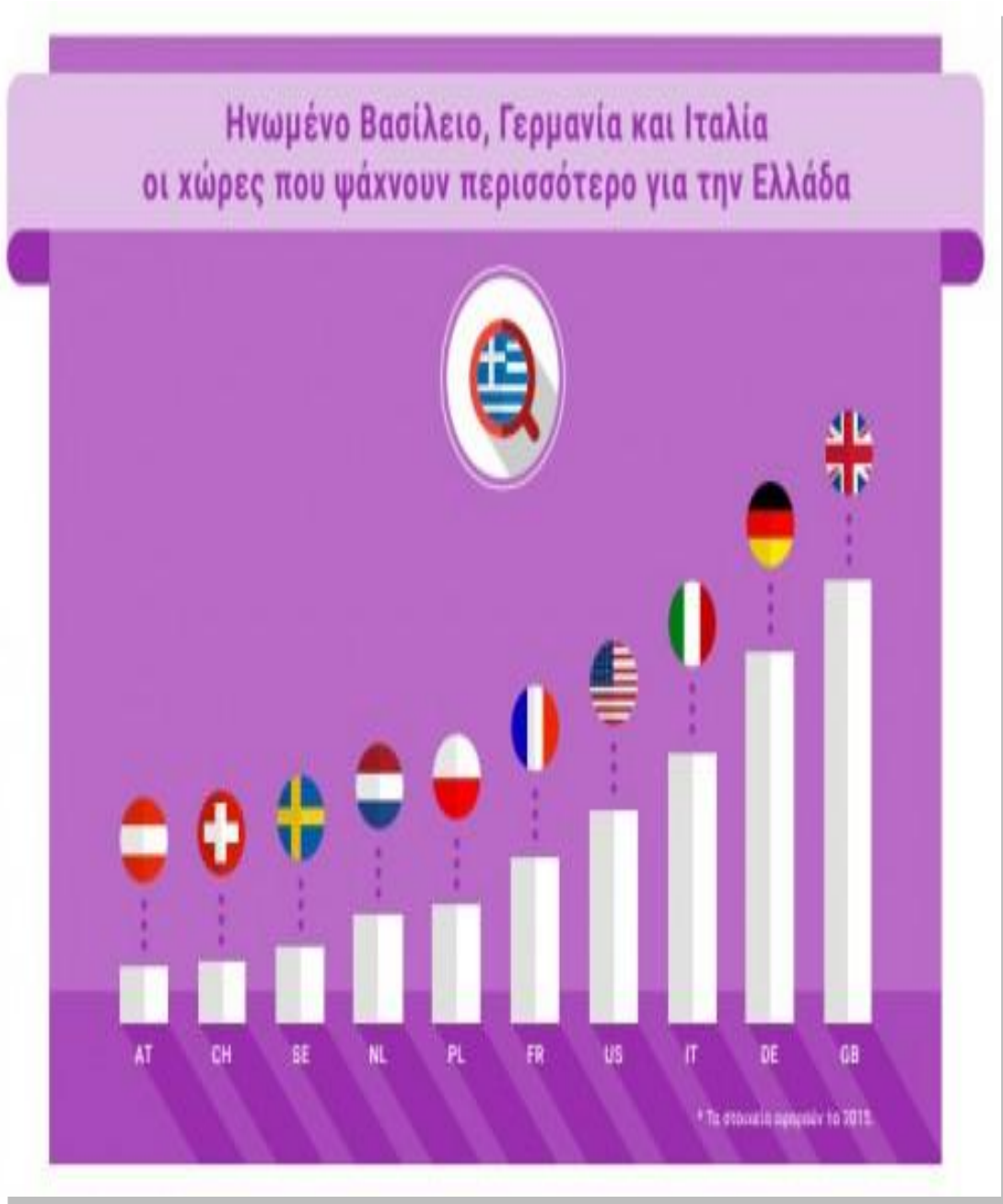
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Ενώ η αγορά των ΗΠΑ επηρεάστηκε επιπλέον κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες .Τα αποτελέσματα της google κάτω από την αιγίδα της συνεργασίας και πρωτοβουλίας Grow Greek Tourism Online για το έτος 2015 έδειξε την πρόθεση επίσκεψης κατοίκων διάφορων χωρών στην χώρα μας

ΠΙΝΑΚΑΣ 8



ΠΗΓΗ: www.lifo.gr

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της google η Βρετανία με την Γερμανία την Ιταλία και την Αμερική φαίνεται να επιθυμούν περισσότερο από τις άλλες χώρες να επισκεφτούν την Ελλάδα. Οι προορισμοί που φαίνεται να είναι οι δημοφιλέστεροι και να στοχεύουν οι τουρίστες είναι κυρίως προορισμοί της νοτιοανατολικής Ελλάδας:

ΠΙΝΑΚΑΣ 9



ΠΗΓΗ: www.lifo.gr

Κατά 7,6% αυξήθηκαν οι αφίξεις στα ελληνικά αεροδρόμια στο πρώτο τετράμηνο του 2016, σε σύγκριση με το αντίστοιχο περυσινό χρονικό διάστημα, σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώνει ο ΣΕΤΕ. Συνολικά αφίχθησαν 1,64 εκ. επιβάτες, έναντι 1,524 το 2015.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ¹ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2016 - ΠΡΟΩΡΠΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

INTERNATIONAL ARRIVALS¹ AT MAIN GREEK AIRPORTS, APRIL 2016 - PROVISIONAL DATA

2016	Αθήνα ²		Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άρακος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο	Τύπος ⁴
	Athens	Thessaloniki	Rhodes	Kos	Karpathos	Heraklion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mikonos	Santorini	Araeos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Mytilene	Total	Type ⁴
ανουάριος	197.458	73.335	99	0	0	0	2.258	0	0	0	0	0	246	0	0	0	0	297	0	273.701	II
Φεβρουάριος	175.796	67.702	277	0	0	185	2.213	0	0	0	0	0	0	0	220	0	0	0	113	246.506	II
Μάρτιος	241.684	93.356	3.855	266	0	10.225	9.540	1.402	349	156	0	0	1.100	0	1.421	0	0	0	159	363.521	II
Απρίλιος	307.000	119.007	64.002	13.737	0	120.125	73.341	28.559	5.540	2.416	1.989	2.925	10.191	1.361	3.955	825	81	411	1.150	756.615	II
Σύνολο	921.938	353.400	68.233	14.003	0	130.595	87.360	29.961	5.889	2.572	1.989	2.925	11.537	1.361	5.596	825	89	708	1.422	1.640.343	II

2015	Αθήνα		Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άρακος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο	Τύπος ⁴	
	Athens	Thessaloniki	Rhodes	Kos	Karpathos	Heraklion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mikonos	Santorini	Araeos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Mytilene	Total	Type ⁴	
ανουάριος	186.527	77.696	76	0	0	183	2.375	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	234	0	267.091	II
Φεβρουάριος	151.788	68.364	28	0	0	300	1.825	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0	113	222.243	II
Μάρτιος	217.741	87.262	1.576	914	0	7.204	6.245	2.159	173	179	0	0	172	0	1.476	0	0	0	0	325.101	II	
Απρίλιος	312.606	115.252	61.681	17.299	593	100.905	48.434	25.946	3.952	1.785	1.023	1.538	7.664	3.882	3.108	1.420	0	1.192	2.037	710.227	II	
Μάιος	412.352	146.690	227.005	128.930	5.735	310.903	124.470	125.053	66.286	25.364	21.354	22.636	37.868	19.131	10.481	14.836	17.069	9.143	12.043	1.737.349	II	
Ιούνιος	508.988	194.746	318.104	169.100	15.497	418.765	157.285	198.586	119.000	43.521	37.800	42.393	63.311	10.715	15.767	25.912	30.715	16.435	15.022	2.401.742	II	
Ιούλιος	603.752	223.582	412.892	221.740	21.367	541.721	197.809	252.697	154.586	52.654	45.316	78.121	86.326	13.407	18.127	29.291	42.455	21.086	18.373	3.035.382	II	
Αύγουστος	564.678	214.011	422.813	221.975	20.389	558.317	181.951	254.163	148.737	54.529	45.970	85.661	94.217	14.198	18.836	30.955	44.501	20.940	16.588	3.013.429	II	
Σεπτέμβριος	470.000	160.133	321.993	156.249	13.737	426.698	146.420	176.245	102.110	36.319	32.102	40.068	58.259	9.719	13.040	22.439	24.356	12.869	10.621	2.233.377	II	
Οκτώβριος	336.535	120.116	134.308	54.516	1.044	191.902	71.109	56.746	14.420	3.029	6.541	5.306	17.220	2.029	5.026	1.936	230	2.061	1.076	1.025.150	II	
Νοέμβριος	202.728	71.392	1.236	54	0	2.907	2.907	891	53	50	0	0	374	0	870	0	0	111	7	280.932	II	
Δεκέμβριος	188.000	89.900	339	0	0	2.091	161	0	0	0	0	0	168	0	94	0	0	0	0	280.833	II	
Σύνολο	4.155.695	1.569.224	1.902.851	970.777	78.272	2.559.805	943.001	1.092.647	609.397	217.430	190.106	275.723	365.579	73.161	86.863	126.789	159.326	84.071	75.767	15.532.956	II	
Τρέχον έτος	868.662	348.574	63.361	18.213	593	108.592	58.879	28.105	4.125	1.964	1.023	1.538	7.836	3.882	4.622	1.420	0	1.426	2.037	1.524.762	II	

% Μεταβολή	Αθήνα	Θεσσαλονίκη	Ρόδος	Κως	Κάρπαθος	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άρακος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Μυτιλήνη	Σύνολο		
% Change	Athens	Thessaloniki	Rhodes	Kos	Karpathos	Heraklion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mikonos	Santorini	Araeos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Mytilene	Total		
ανουάριος	5,9%	-5,6%	30,3%			-100,0%	-4,9%												26,9%	2,5%		
Φεβρουάριος	15,8%	-1,0%	889,3%			-38,3%	21,3%								478,9%					10,9%		
Μάρτιος	11,0%	7,0%	144,6%	-70,9%		41,9%	52,9%	-35,1%	101,7%	-12,8%			539,5%		-3,7%					11,8%		
Απρίλιος	-1,8%	3,3%	3,8%	-20,8%	-100,0%	19,0%	51,4%	10,1%	40,2%	35,4%	94,4%	90,2%	33,0%	-64,9%	27,3%				-45,5%	-43,5%	6,5%	
Τρέχον έτος	6,1%	1,4%	7,7%	-23,1%	-100,0%	20,2%	40,4%	6,6%	42,8%	31,8%	94,4%	90,2%	47,2%	-64,9%	21,1%				-41,9%	-50,4%	-30,2%	7,6%

Περιοχές ³	Σύνολο (χωρίς Αθήνα)			Δωδεκάνησα			Κρήτη			Ιόνιο			Κυκλάδες			Πελοπόννησος			Λοιπά		
	Total (without Athens)			Dodecanese			Crete			Ionian islands			Cyclades			Peloponnese			Other		
	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015	2016	2015	Δ2016/2015
ανουάριος	76.243	80.564	-5,4%	99	76	30,3%	2.258	2.558	-11,7%	0	0		246	0		0	0		305	234	30,3%
Φεβρουάριος	70.710	70.555	0,2%	277	28	889,3%	2.398	2.125	12,8%	0	0		0	0		220	30	478,9%	113	0	
Μάρτιος	121.837	107.360	13,5%	4.121	2.490	65,5%	19.773	13.449	47,0%	1.907	2.511	-24,1%	1.100	172	539,5%	1.421	1.476	-3,7%	159	0	
Απρίλιος	449.615	397.621	13%	77.739	79.483	-2,2%	193.466	149.239	29,5%	38.504	32.706	17,7%	13.116	9.202	42,5%	5.316	6.990	-23,9%	2.467	4.649	-46,9%
Μάιος	0	1.324.997	-100,0%	0	361.670	-100,0%	0	435.273	-100,0%	0	238.057	-100,0%	0	60.504	-100,0%	0	29.612	-100,0%	0	53.091	-100,0%
Ιούνιος	0	1.892.754	-100,0%	0	502.701	-100,0%	0	576.050	-100,0%	0	398.987	-100,0%	0	105.704	-100,0%	0	26.482	-100,0%	0	88.084	-100,0%
Ιούλιος	0	2.431.630	-100,0%	0	655.999	-100,0%	0	739.530	-100,0%	0	505.253	-100,0%	0	164.447	-100,0%	0	31.614	-100,0%	0	111.205	-100,0%
Αύγουστος	0	2.448.751	-100,0%	0	665.177	-100,0%	0	740.268	-100,0%	0	503.399	-100,0%	0	179.878	-100,0%	0	33.034	-100,0%	0	112.984	-100,0%
Σεπτέμβριος	0	1.762.377	-100,0%	0	491.979	-100,0%	0	573.118	-100,0%	0	346.776	-100,0%	0	98.327	-100,0%	0	22.759	-100,0%	0	70.285	-100,0%
Οκτώβριος	0	688.615	-100,0%	0	189.868	-100,0%	0	263.011	-100,0%	0	80.736	-100,0%	0	22.526	-100,0%	0	7.055	-100,0%	0	5.303	-100,0%
Νοέμβριος	0	78.204	-100,0%	0	1.290	-100,0%	0	5.894	-100,0%	0	994	-100,0%	0	374	-100,0%	0	870	-100,0%	0	118	-100,0%
Δεκέμβριος	0	92.833	-100,0%	0	339	-100,0%	0	2.091	-100,0%	0	161	-100,0%	0	168	-100,0%	0	94	-100,0%	0	0	
Τρέχον έτος	718.405	656.100	9,5%	82.236	82.077	0,2%	217.895	167.471	30,1%	40.411	35.217	14,7%	14.462	9.374	54,3%	6.957	8.504	-18,2%	3.044	4.883	-37,7%

ΠΗΓΗ: www.lifo.gr

4.12. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η κινητήρια δύναμη της επιτυχίας και της πορείας των ξενοδοχείων στην Ελλάδα είναι κα πρέπει να είναι οι ανάγκες του καταναλωτή οι οποίες με τη σειρά τους θα προσδιορίσουν τις ανάγκες των τουριστικών επιχειρήσεων. Μια μεγάλη δυστυχώς αλήθεια για τα δεδομένα της χώρας μας είναι ότι τα περισσότερα χρόνια η έννοια του μάρκετινγκ δεν εφαρμόστηκε όπως θα έπρεπε και οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις αφέθηκαν στους «εισαγωγείς» τουρισμού, στους tour operators. Πριν αναλύσουμε τους παράγοντες επιτυχίας των ελληνικών ξενοδοχείων θα ήταν σωστό να υπενθυμίσουμε ότι πριν από τη διαδικασία του μάρκετινγκ θα πρέπει κανείς να κάνει τμηματοποίηση αρχικά της αγοράς (segmentation) μετά στοχοποίηση (targeting) των γκρουπ που ενδιαφέρεται και τέλος τοποθέτηση (positioning) πάντα με strategic marketing plan.

Στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ο πελάτης καταναλωτής (τουρίστας) δεν αγοράζει κάποιο από προϊόν αλλά τις υπηρεσίες, την εμπειρία, την αίσθηση, τη γεύση. Η τιμολογιακή πολιτική είναι ιδιαίτερα κρίσιμη μια που από τη μια καλύπτει τα σταθερά και μεταβλητά κόστη της επιχείρησης από την άλλη θα πρέπει οι υπηρεσίες να δίνουν υψηλή αξία χρημάτων (high value for money). Σύμφωνα με τον Γ. Αυλωνίτη ο δεκάλογος του μάρκετινγκ είναι:

1. Συγκέντρωσε την προσοχή σου στην αγορά και τον πελάτη
2. Τμηματοποίησε την αγορά σου
3. Επέλεξε προσεκτικά την αγορά σου
4. Διαφοροποίησε από τον ανταγωνισμό
5. Αξιολόγησε προσεκτικά το προϊόντικό σου χαρτοφυλάκιο
6. Μη δίνεις βαρύτητα μόνο στην τιμολογιακή πολιτική
7. Δώσε ιδιαίτερη βαρύτητα στην ποιότητα εξυπηρέτησης του πελάτη
8. Προέβαλε τα ανταγωνιστικά σου πλεονεκτήματα
9. Ανάπτυξε μακροχρόνιες σχέσεις με τον πελάτη
10. Στήριξε τις δραστηριότητές σου σε μια ολοκληρωμένη στρατηγική marketing

Το μοντέλο των 4P όπως εμπλουτίστηκε με την μελέτη των Murphy, Hofacker & Bennett (2001) είναι:

- Price
- Product
- Place
- Promotion
- Customer relations

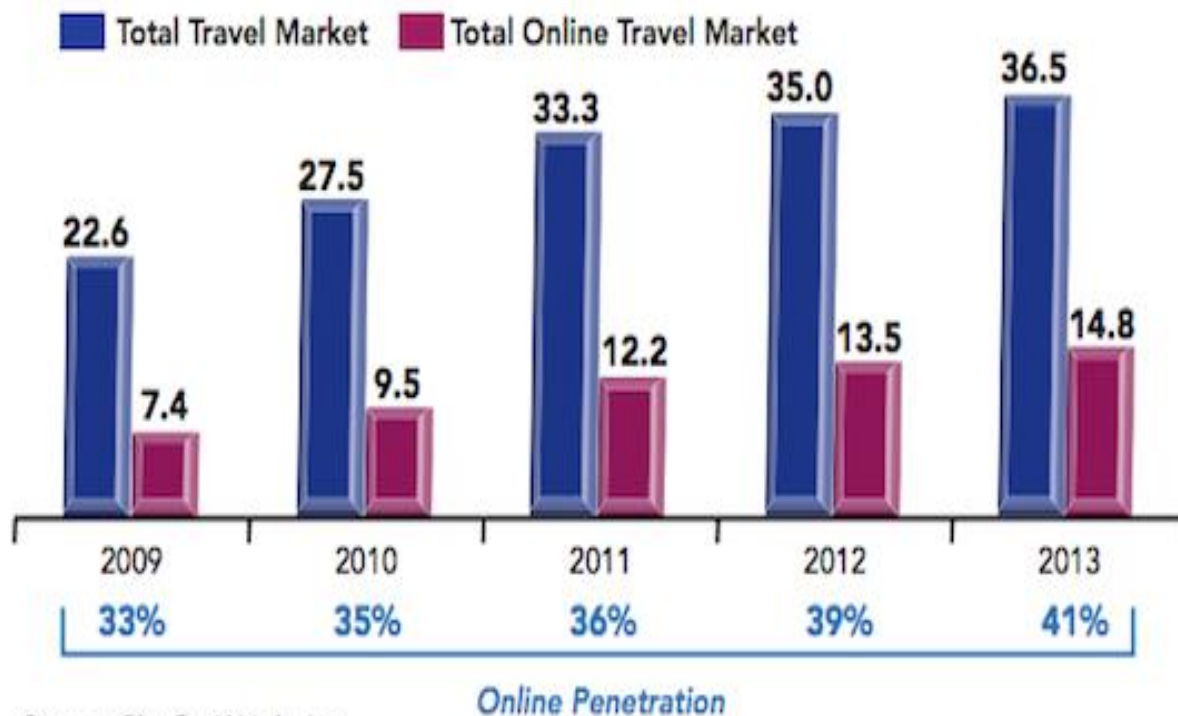
Ειδικά στις μέρες μας οι ανάγκες των τουριστών είναι εξατομικευμένες (interactivity) και αυτό φαίνεται να το έχουν αντιληφθεί οι Έλληνες ξενοδόχοι.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού με τη χορήγηση των κατάλληλων σημάτων λειτουργίας και πιστοποίησης των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών εξειδικεύουν τόσο τους προορισμούς όσο και τα καταλύματα. Συνεπώς το κάθε μέρος, ο κάθε προορισμός έχουν τη δική τους ταυτότητα και «εξειδίκευση» στον τουρισμό ανεβάζοντας έτσι την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και ικανοποιώντας τις εξατομικευμένες τουριστικές ανάγκες. Το επόμενο συστατικό επιτυχίας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων λειτουργεί συνδυαστικά με το interactivity και έχει να κάνει με αυτό που ονομάζεται interconnectivity.

Ο τουρίστας όχι μόνο χρησιμοποιεί το internet για να πλοηγηθεί σε διάφορους προορισμούς. Χρησιμοποιεί την τεχνολογία συμμετέχοντας στα κανάλια διανομής του τουρισμού, κάνοντας της κρατήσεις του μέσω διαδικτύου απευθείας χωρίς ενδιάμεσους τους τουριστικούς πράκτορες. Επίσης οι νέες εφαρμογές στα κινητά (mobile applications) δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να επικοινωνεί απευθείας μέσω του κινητού του με το προσωπικό του ξενοδοχείου για παροχή υπηρεσιών καθ' όλη τη διαμονή του, μετά τη διαμονή του στέλνοντας σε μήνυμα τις εντυπώσεις του κτλ (Buhalis, 2001)¹⁰

¹⁰ Για περισσότερη πληροφόρηση δείτε, Δ. Λαγός, "Οι Οικονομικές Επιπτώσεις της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης στον Ελληνικό Τουρισμό". Επιθεώρηση Αστικών και Περιφερειακών Μελετών

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19



Source: PhoCusWright Inc.

© 2013 PhoCusWright Inc. All Rights Reserved.

ΠΗΓΗ: www.tnooz.com

Όπως διακρίνεται και στο ανωτέρω διάγραμμα οι τουριστικές τάσεις δείχνουν ότι με το πέρασμα των ετών όλο και περισσότεροι τουρίστες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο τόσο για την επιλογή του τουριστικού προορισμού όσο και για τις κρατήσεις της διαμονής. Τα ξενοδοχεία ειδικά τα τελευταία χρόνια δείχνουν να είναι αρκετά προετοιμασμένα σε αυτές τις αλλαγές. Δυστυχώς αυτό δεν συμβαίνει με τις μικρές και κυρίως οικογενειακές επιχειρήσεις στη χώρα μας. Επιπρόσθετα η χρήση της κινητής τηλεφωνίας για τις κρατήσεις σε σχέση με τον υπολογιστή δείχνει να κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος. Ένας άλλος παράγοντας επιτυχίας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι η εφαρμογή του hotel animation που περιλαμβάνει ένα σύνολο από δραστηριότητες εντός και εκτός του ξενοδοχείου που οργανώνεται από το ξενοδοχείο. Για παράδειγμα βραδιές ελληνικού τραγουδιού, παραδοσιακών χορών, εκπαιδευτικών εκδρομών κτλ.

Ο εκσυγχρονισμός των μεθόδων επικοινωνίας όπως τα public relations καθώς και οι εκσυγχρονισμοί των εγκαταστάσεων είναι μερικά στοιχεία των ξενοδοχείων που διαπρέπουν στο χώρο του τουρισμού με πολύ καλό παράδειγμα το Sani Resort στην Χαλκιδική. Δεν είναι λίγες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που συγχωνεύονται με άλλες επιχειρήσεις προκειμένου να γίνουν πιο ανταγωνιστικές στις προκλήσεις της εποχής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΟΜΙΛΟΙ

		
NINE DISTINCT, GLOBAL LIFESTYLE BRANDS ^(a)		
 <ul style="list-style-type: none"> • 33 hotels • 7,300 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 92 hotels • 18,100 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 46 hotels • 13,100 rooms
 <ul style="list-style-type: none"> • 203 hotels • 76,600 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 436 hotels • 153,400 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 98 hotels • 26,100 rooms
 <ul style="list-style-type: none"> • 91 hotels • 15,400 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 193 hotels • 34,300 rooms 	 <ul style="list-style-type: none"> • 14 hotels • 2,200 rooms

ΠΗΓΗ: www.e-travelnews.gr

Ο όμιλος starwood έχει στην κατοχή του όπως φαίνεται και στην παραπάνω εικόνα έναν μεγάλο αριθμό ξενοδοχείων ελέγχοντας μια πολύ μεγάλη μερίδα της τουριστικής αγοράς. Ένας ακόμη λόγος επιτυχίας των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων οφείλεται στον ισχυρό ρόλο του ΕΟΤ στην χώρα μας και την προσπάθεια που κάνει σχετικά με την προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό με τη συμμετοχή σε συνέδρια εκθέσεις κτλ. Εξετάζοντας αναλυτικότερα τον ρόλο του ΕΟΤ θα λέγαμε ότι προτείνει τον γενικότερο εθνικό τουριστικό σχεδιασμό και επιβλέπει τις επιμέρους δράσεις τόσο ιδιωτικών όσο και δημοσίων φορέων

προκειμένου να διασφαλίσει την εναρμόνιση των τουριστικών δράσεων της χώρας με τη γενική στρατηγική τουριστικής πλεύσης της Ελλάδος στο εξωτερικό.

Οι υπηρεσίες του ΕΟΤ υπάγονται στην Γενική διεύθυνση τουριστικής πολιτικής της Γενικής Γραμματείας Τουριστικής Πολιτικής και Ανάπτυξης με το π.δ.112/2014 (ΦΕΚ 179 ΤΕΥΧΟΣ Α΄). Ο αρχικός του ρόλος είναι γνωμοδοτικός στον γενικό εθνικό σχεδιασμό τουριστικής στρατηγικής ενώ διατηρεί συνεργασίες με οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης, τουριστικές επιχειρήσεις κτλ πραγματοποιώντας συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα τουριστικής προβολής. Διοργανώνει και συμμετέχει σε διάφορα συνέδρια και εκθέσεις τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο με απώτερο στόχο την σωστή προβολή της χώρας και την προώθηση του τουρισμού στο εξωτερικό.

Έχει δικαίωμα να παραχωρεί σε εκθέσεις που διοργανώνει με μορφή εκμίσθωσης χώρους σε διάφορα νομικά ή φυσικά πρόσωπα της χώρας με την προϋπόθεση της συνδρομής τους στην προβολή της χώρας, είναι η αρμόδια υπηρεσία για την έκδοση του ειδικού σήματος λειτουργίας που προαναφέραμε (ΕΣΛ), «μελετά και εποπτεύει έργα τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης που χρηματοδοτούνται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους είτε μόνος είτε σε συνεργασία με άλλους φορείς», (άρθρο 45, παρ.5, ν.4276/14). Επίσης τα πρότυπα ποιότητας και σήματα πιστοποίησης που αφορούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναλύθηκαν στο θέμα 2 εκδίδονται από την υπηρεσία του ΕΟΤ. Τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού που τρέχουν κατά διαστήματα επίσης υλοποιούνται μέσω του ΕΟΤ (κουπόνια κοινωνικού τουρισμού). Η ουσία και η σημαντικότητα της δράσης του ΕΟΤ έγκειται πέρα από τον συμβουλευτικό του ρόλο στον σχεδιασμό του τουριστικού πλάνου, που εκπονείται από το Υπουργείο τουρισμού, στον ελεγκτικό και εποπτικό του ρόλο όσο αναφορά τις τουριστικές δράσεις νομικών ή φυσικών προσώπων.

Το συστατικό της επιτυχίας των ξενοδοχείων κρύβεται επίσης στο human resource management and training. Ολοένα και περισσότερα ξενοδοχεία επενδύουν στην εξειδίκευση και στην εκπαίδευση του προσωπικού προσπαθώντας να αυξήσουν την παροχή υπηρεσιών και το value for money. Το πρόγραμμα προσαρμογής που εφάρμοσε η Ελλάδα στην περίοδο 2010-2015 οδήγησε σε σημαντική μέση ετήσια αύξηση των εξαγωγών αγαθών κατά 4,8% παρά την πιστωτική ασφυξία που υφίστανται οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις σε αντίθεση με τους διεθνείς ανταγωνιστές τους, την ίδια χρονική περίοδο που οι εισαγωγές αγαθών κατέγραψαν μέση ετήσια πτώση -3,5%. Η άρση της πιστωτικής ασφυξίας αναμένεται να διευκολύνει την οικονομική δραστηριότητα υγειών επιχειρήσεων περαιτέρω. Από την άλλη πλευρά, οι εξαγωγές υπηρεσιών σημείωσαν μέση ετήσια πτώση κατά -0,9% στην

περίοδο 2009 - 2015, κυρίως λόγω της μεγάλης πτώσης των εισροών εισοδημάτων από τις διεθνείς μεταφορές (κυρίως από τη ναυτιλία). Αντίθετα, την περίοδο 2009-2015, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από το εξωτερικό σημείωσαν άνοδο 35,6%.

Η πτώση του ΑΕΠ στο δεύτερο εξάμηνο 2015 και στο πρώτο τρίμηνο 2016 μπορεί να θεωρηθεί ως προσωρινή, δεδομένου ότι μπορεί να ολοκληρωθεί με σχετικά γρήγορους ρυθμούς η αποκατάσταση της ομαλότητας στο τραπεζικό σύστημα και την οικονομία μετά την οριστική ολοκλήρωση της πρώτης αξιολόγησης του τρίτου μνημονίου.

Βέβαια, η ουσιαστικά αναίτια καθυστέρηση των διαπραγματεύσεων για την ολοκλήρωση της αξιολόγησης και η επιβολή νέων αντι-αναπτυξιακών δημοσιονομικών και άλλων μέτρων για να γίνει δυνατή κάποια συμφωνία, συνεπάγονται ότι η αύξηση του ΑΕΠ το 2016 αναμένεται τώρα στο 0,2%, από άνω του 1,5% που ήταν η εκτίμηση με την υπόθεση της έγκαιρης και χωρίς αναίτια αντιαναπτυξιακά μέτρα ολοκλήρωσης πρώτης αξιολόγησης. «Το πιο σημαντικό είναι ότι η πολιτική αναταραχή της περιόδου Σεπτεμβρίου 2014-Ιουλίου 2015 και η τρέχουσα επιβάρυνση της οικονομίας με νέες αβεβαιότητες και με, σε μεγάλο βαθμό, αχρείαστα αντιαναπτυξιακά μέτρα, έχει μεν επηρεάσει αρνητικά αλλά δεν έχει ανατρέψει τις προοπτικές ανάπτυξης της οικονομίας, που είχαν γίνει εμφανείς το 2014» .

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 20



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Σενάριο Α: Εκτιμωμένη εξέλιξη του ΑΕΠ εάν δεν είχε συμβεί η εκτροπή της οικονομικής πολιτικής του 1ου 7μήνου 2015

Σενάριο Β: Εκτιμώμενη εξέλιξη ΑΕΠ μετά το 2015, με έγκαιρη λήξη της 1ης αξιολόγησης (τον Μάρτιο 2016) και χωρίς την επιβολή πρόσθετων δημοσιονομικών μέτρων το 2016, που δεν ήταν αναγκαία.

Σενάριο Γ: Εκτιμώμενη εξέλιξη του ΑΕΠ μετά την καθυστέρηση της λήξης της 1ης αξιολόγησης και μετά την επιβολή πρόσθετων μέτρων ύψους € 5,4 δισ.

Ο τουρισμός, μαζί με τις εξαγωγές αγαθών, αναμένεται να είναι οι βασικοί τομείς που θα συμβάλουν στην ανάκαμψη και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στα επόμενα χρόνια, με συμβολή στην προσέλκυση επενδύσεων, στην ανάκαμψη και των άλλων κλάδων της οικονομίας και στην αύξηση της απασχόλησης. Ο τουρισμός ήδη συμβάλλει αποφασιστικά προς την κατεύθυνση αυτή αφού σημείωσε εντυπωσιακή ανάκαμψη το 2013, ένα χρόνο νωρίτερα από την συνολική οικονομία, και συνέβαλε αποφασιστικά στη διακοπή της κατακόρυφης πτωτικής πορείας της ελληνικής οικονομίας στην περίοδο 2008- 2013. Στη συνέχεια σημείωσε εντυπωσιακές επιδόσεις το 2014 και το 2015.

Η επιδιωκόμενη αύξηση των αφίξεων και των εσόδων από τον εισερχόμενο και από τον εσωτερικό τουρισμό στην Ελλάδα θα προσδιοριστεί κατά κύριο λόγο από τον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καθώς και τον ρυθμό αύξησης της προσφοράς διεθνώς ανταγωνιστικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα και σε μικρότερο βαθμό από τη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών, που σε περιόδους θετικής ανάπτυξης των χωρών προέλευσης είναι σε μεγάλο βαθμό απεριόριστη για μικρές χώρες όπως η Ελλάδα. Ειδικότερα, η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες στη χώρα προσδιορίζεται κυρίως από την επιχειρηματική λειτουργία των επιχειρήσεων προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα γενικά και σε κάθε επί μέρους τουριστική περιοχή στη χώρα ειδικότερα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

■ Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και έσοδα από εισερχόμενο τουρισμό						
Χώρες	Αφίξεις	Διανυκτ/εις	Μέση διάρκεια	Έσοδα (υλ. €)	Έσοδα ταξιδιώτη (€)	Έσοδα/ Διανυκτ/ση (€)
Στοιχεία 2015	26.114.200	188.012.000	7,2	14.125.800	541	75
Στόχος 2021	34.800.000	250.000.000	7,2	19.600.000	563	78

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ

Ο **τουρισμός**, μαζί με τις εξαγωγές αγαθών, αναμένεται να είναι οι βασικοί τομείς που θα συμβάλουν στην ανάκαμψη και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στα επόμενα χρόνια, με συμβολή στην προσέλκυση επενδύσεων, στην ανάκαμψη και των άλλων κλάδων της οικονομίας και στην αύξηση της απασχόλησης. Ο τουρισμός ήδη συμβάλλει αποφασιστικά προς την κατεύθυνση αυτή αφού σημείωσε εντυπωσιακή ανάκαμψη το 2013, ένα χρόνο νωρίτερα από την συνολική οικονομία, και συνέβαλε αποφασιστικά στη διακοπή της κατακόρυφης πτωτικής πορείας της ελληνικής οικονομίας στην περίοδο 2008- 2013. Στη συνέχεια σημείωσε εντυπωσιακές επιδόσεις το 2014 και το 2015. Αρνητικός παράγων στην ανάπτυξη του τουρισμού και της οικονομίας γενικότερα παραμένει η υπέρμετρη φορολογική επιβάρυνση τόσο από τους έμμεσους όσο και από τους άμεσους φόρους. Τα σημαντικά κέρδη ανταγωνιστικότητας για τον ελληνικό τουρισμό που προκύπτουν από τη εσωτερική υποτίμηση αντισταθμίζονται σε σημαντικό βαθμό από την υπέρμετρη φορολογική επιβάρυνση.

Σύμφωνα με υπολογισμούς του **SETE Intelligence**, οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου 12μηνου έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, που επιτεύχθηκε από την αρχή εφαρμογής των μνημονίων με την πολύ επίπονη κοινωνικά και οικονομικά εσωτερική υποτίμηση. Το **Ευρώ** που κυμαίνεται στην τρέχουσα περίοδο γύρω στα 1,14 USD/EUR, εξακολουθεί να είναι σχετικά υποτιμημένο και εκτιμάται ότι θα εξακολουθήσει στα επόμενα δύο έτη να διαμορφώνεται σε επίπεδα κάτω του 1,15 USD/EUR. Βασικές αγορές μας από τη Ζώνη του Ευρώ αλλά και από την Κεντρική Ευρώπη και τα Βαλκάνια ευνοούνται από το υποτιμημένο Ευρώ, τη χαμηλή τιμή του πετρελαίου και την εντεινόμενη πολιτική ποσοτικής ενίσχυσης της ρευστότητας από την ΕΚΤ, επιτυγχάνοντας υψηλότερους του αναμενομένου ρυθμούς ανάπτυξης με επακόλουθο την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των πληθυσμών τους, μέρος του οποίου δαπανάται για διακοπές στο εξωτερικό.

Σύμφωνα με υπολογισμούς του **SETE Intelligence**, οι πρόσθετες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου 12μηνου έχουν επιφέρει απώλεια ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος μεγαλύτερη του 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, που επιτεύχθηκε από την αρχή εφαρμογής των μνημονίων με την πολύ επίπονη κοινωνικά και οικονομικά εσωτερική υποτίμηση -έστω και πολύ καθυστερημένα- ολοκλήρωση της 1ης αξιολόγησης και η εκταμίευση τελικά της δόσης των € 10,3 δισ. (€ 7,5 δισ. στο 2ο 15ήμερο του Ιουνίου 2016 και € 2,8 δισ. τον Σεπτέμβριο 2016) αναμένεται ότι θα έχουν ευνοϊκές επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία και

στον τουρισμό, τόσο στο υπόλοιπο του 2016 όσο και στα επόμενα έτη. Το πρόγραμμα προσαρμογής που εφάρμοσε η Ελλάδα στην περίοδο 2010-2015 οδήγησε σε σημαντική μέση ετήσια αύξηση των εξαγωγών αγαθών κατά 4,8% παρά την πιστωτική ασφυξία που υφίστανται οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις σε αντίθεση με τους διεθνείς ανταγωνιστές τους, στην ίδια περίοδο στην οποία οι εισαγωγές αγαθών κατέγραψαν μέση ετήσια πτώση - 3,5%.

Η άρση της πιστωτικής ασφυξίας αναμένεται να διευκολύνει την οικονομική δραστηριότητα υγειών επιχειρήσεων περαιτέρω. Από την άλλη πλευρά, οι εξαγωγές υπηρεσιών σημείωσαν μέση ετήσια πτώση κατά -0,9% στην περίοδο 2009 - 2015, κυρίως λόγω της μεγάλης πτώσης των εισροών εισοδημάτων από τις διεθνείς μεταφορές (κυρίως από τη ναυτιλία). Αντίθετα, την περίοδο 2009-2015, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από το εξωτερικό σημείωσαν άνοδο 35,6%. Η πτώση του **ΑΕΠ** στο 2ο 6μηνο 2015 και στο 1ο 3μηνο 2016 μπορεί να θεωρηθεί ως προσωρινή, δεδομένου ότι μπορεί να ολοκληρωθεί με σχετικά γρήγορους ρυθμούς η αποκατάσταση της ομαλότητας στο Τραπεζικό Σύστημα και στην οικονομία μετά την οριστική ολοκλήρωση της **1ης αξιολόγησης του 3ου Μνημονίου**. Βέβαια, η ουσιαστικά αναίτια καθυστέρηση των διαπραγματεύσεων για την ολοκλήρωση αυτής της αξιολόγησης και η επιβολή νέων αντι- αναπτυξιακών δημοσιονομικών και άλλων μέτρων για να γίνει δυνατή κάποια συμφωνία, συνεπάγονται ότι η αύξηση του ΑΕΠ το 2016 αναμένεται τώρα στο 0,2%, από άνω του 1,5% που ήταν η εκτίμηση με την υπόθεση της έγκαιρης και χωρίς αναίτια αντιαναπτυξιακά μέτρα ολοκλήρωση της 1ης αξιολόγησης.

Το πιο σημαντικό είναι ότι η πολιτική αναταραχή της περιόδου Σεπτεμβρίου 2014 - Ιουλίου 2015 και η τρέχουσα επιβάρυνση της οικονομίας με νέες αβεβαιότητες και με, σε μεγάλο βαθμό, αχρείαστα αντιαναπτυξιακά μέτρα έχει μεν επηρεάσει αρνητικά αλλά δεν έχει ανατρέψει τις προοπτικές ανάπτυξης της οικονομίας, που είχαν γίνει εμφανείς το 2014. Η ικανοποίηση των πελατών από την παροχή υπηρεσιών στα ελληνικά ξενοδοχεία είναι - διαχρονικά- σημαντικά υψηλότερη από την αντίστοιχη σε διεθνώς ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Από την άλλη πλευρά ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα ποιότητας στα περιφερειακά αεροδρόμια, στα λιμάνια, σε μεγάλο μέρος του οδικού δικτύου εκτός αυτοκινητοδρόμων καθώς και σε θέματα αρμοδιότητας ΟΤΑ (καθαριότητα, πράσινο κλπ.). Από πολλές πλευρές το γεωπολιτικό περιβάλλον στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου και η κρίση στις σχέσεις Ρωσίας - Τουρκίας έχουν θετική επίπτωση, με ενίσχυση της τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα. Αυτό, ωστόσο, δεν επαληθεύτηκε στο 4ο 3μηνο 2015, όπου οι αφίξεις τουριστών από βασικές αγορές ήταν μειωμένες. Αρνητικά φαίνεται ότι λειτούργησε το προσφυγικό πρόβλημα στο 4ο 3μηνο 2015

και να συνεχίζει να επηρεάζει αρνητικά τις τουριστικές αφίξεις και τις προκρατήσεις και στο 1ο 3μηνο του 2016. Η δαπάνη ανά ταξίδι μειώθηκε στα € 580 το 2015, από € 590 το 2014 και € 653 το 2013. Από την άλλη πλευρά, αξιοσημείωτη είναι: α) η διαχρονική σταθερότητα της δαπάνης ανά διανυκτέρευση και β) η ανάκαμψή της το 2015 κατά 4,6% στα € 74 μετά την πτώση της το 2014.

Δηλαδή η μείωση στην δαπάνη ανά ταξίδι οφείλεται στην πραγματοποίηση διακοπών μικρότερης διάρκειας από τους ταξιδιώτες και όχι σε χαμηλότερη ημερήσια δαπάνη. Η επιδιωκόμενη αύξηση των αφίξεων και των εσόδων από τον εισερχόμενο και από τον εσωτερικό τουρισμό στην Ελλάδα θα προσδιοριστεί κατά κύριο λόγο από τον εμπλουτισμό και την διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καθώς και τον ρυθμό αύξησης της προσφοράς διεθνώς ανταγωνιστικών τουριστικών υπηρεσιών στη χώρα και σε μικρότερο βαθμό από τη ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών, που σε περιόδους θετικής ανάπτυξης των χωρών προέλευσης είναι σε μεγάλο βαθμό απεριόριστη για μικρές χώρες όπως η Ελλάδα. Ειδικότερα, η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες στη χώρα προσδιορίζεται κυρίως από την επιχειρηματική λειτουργία των επιχειρήσεων προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα γενικά και σε κάθε επί μέρους τουριστική περιοχή στη χώρα ειδικότερα.

Με δεδομένο το αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος για το **BREXIT**, οι αφίξεις και τα έσοδα αναμένεται να επηρεαστούν αρνητικά, λόγω της παρατηρούμενης αβεβαιότητας και διολίσθησης της λίρας: σχεδόν 50% / 30% των Βρετανών που κάνουν διακοπές Ήλιος και Θάλασσα τις προγραμματίζουν το τελευταίο δίμηνο / μήνα, ενώ αναμένεται να επηρεαστούν αρνητικά και οι κρατήσεις και για άλλες μορφές -μη εποχικών- ταξιδιών αναψυχής, όπως ο τουρισμός πόλεων και ο πολιτιστικός τουρισμός, αλλά και η αγορά συνεδρίων, εταιρικών συναντήσεων και ταξιδιών κινήτρων. Η σημασία της Βρετανικής αγοράς είναι καίρια για τον ελληνικό τουρισμό δεδομένου του μεγάλου μεγέθους της (2,4 εκ. επισκέπτες / € 2 δισ. το 2015) αλλά και του υψηλού ρυθμού ανάπτυξης που παρουσίαζε το 2016 .

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

1. Πατσουράτης Β. ,2000, Η φορολογική επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος, Αθήνα, ΟΠΑ
2. Πατσουράτης Β. , 2002, Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα
3. Vellas F., 2007, The indirect impact of tourism and economic analysis, Toulouse University
4. Buhalis D.,2003, e Tourism: information technology for strategic tourism management, Pearson, Prentice Hall

5. Buhalis D. & Ujma D., 2005, Tourism intermediaries and value creation, international scientific conference: Tourism in scientific research
6. Buhalis D., Laws E., 2001, Tourism Distribution Channels: Patterns, Practices and challenges, Thomson, London

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

5.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (ΕΥΒΟΙΑ) ΘΕΤΙΚΑ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ



Η Εύβοια αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας και απέχει μόλις 70χλμ από την πρωτεύουσα της Αθήνας. Διαθέτει εμπορικά και τουριστικά λιμάνια με έντονο το ενδιαφέρον για δημιουργία πυλών εισόδου για τα κρουαζιερόπλοια και τα εμπορικά πλοία. Η άφιξη των σκαφών στο νησί το έτος 2015 αυξήθηκε κατά 120%. Οι ναυτιλιακές εταιρίες έχουν καταθέσει πληθώρα αιτημάτων για δημιουργία πυλών. Μάλιστα ένας πολύ μεγάλος αριθμός προσεγγίζει το νησί για να ασκήσει θρησκευτικό τουρισμό και συγκεκριμένα για να προσκυνήσει τον Άγιο Ιωάννη τον Ρώσο. Το νησί διαθέτει πολλές παραλίες, αρχαιολογικούς χώρους, κάστρα και μνημεία. Προσφέρεται και αναπτύσσονται συνεχώς διάφορα είδη τουρισμού στο νησί όπως ο θρησκευτικός, αγροτουρισμός, θαλάσσιος, συνεδριακός, οικοτουρισμός κτλ.

Η κύρια οικονομική δραστηριότητα του νησιού εστιάζει στον πρωτογενή τομέα (ελαιόδεντρα, ξηροί καρποί, αλιεία, ορυκτά προϊόντα όπως μάρμαρα). Η πρόσβαση στο νησί είναι οδική (ΚΤΕΛ από την Αθήνα σε καθημερινή βάση), θαλάσσια, αεροπορική στη Σκύρο και σιδηροδρομική. Στο νησί υπάρχουν πολλά ξενοδοχεία (204 συνολικά) και κάμπινγκ. Το χιονοδρομικό κέντρο στη Στενή καθώς και ένας τεράστιος βράχος που διατίθεται για αναρρίχηση σε συνδυασμό με το 4.500 στρεμμάτων δάσος της Στενής και τις 24 συνολικά ιαματικές πηγές του νησιού φανερώνουν ότι μπορούν να αναπτυχθούν πολλές τουριστικές δραστηριότητες στο νησί οι οποίες με τη σειρά τους θα επιφέρουν ανάπτυξη σε όλες σχεδόν τις υποδομές του νησιού. Η προοπτική ανάπτυξης των λιμανιών του νησιού, τα κρουαζιερόπλοια που προσεγγίζουν το νησί, το ενδιαφέρον των ναυτιλιακών εταιριών να φέρουν εμπορικά και όχι μόνο πλοία προδίδει δυνατότητα και μέλλον επενδύσεων στο νησί. Η άμεση σχεδόν πρόσβασή του στην Αθήνα είναι ένα πολύ ισχυρό πλεονέκτημα.

Αν λάβουμε επίσης υπόψη μας ότι το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών στην χώρα μας επισκέπτεται την Αθήνα εύκολα θα μπορούσαμε να σκεφτούμε ότι θα μπορούσε πολύ εύκολα μέρος του εισερχόμενου στην Αθήνα τουρισμού να «διαρρεύσει» στην Εύβοια δίνοντας ακόμη μεγαλύτερη προοπτική ανάπτυξης στο νησί. Η κακή ποιότητα του οδικού δικτύου ωστόσο αποτελεί ένα μεγάλο μειονέκτημα της περιοχής καθώς και η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού για να παρέχει εξειδικευμένες και υψηλού επιπέδου υπηρεσίες στον τουριστικό τομέα. Επίσης η εποχικότητα που μαστίζει όχι μόνο το νησί της Εύβοιας αλλά και ολόκληρη την Ελλάδα είναι ακόμη ένα εμπόδιο που καλείται να αντιμετωπίσει ο μελλοντικός επενδυτής του νησιού. Η πληθώρα των μεταναστών προσφύγων που έχουν συσσωρευτεί στην Αθήνα αποτελούν επίσης έναν εμπόδιο στην ψυχολογία των υποψήφιων τουριστών μια που οι 5000 σχεδόν πρόσφυγες του Πειραιά βρίσκονται σε απόσταση αναπνοής από το νησί.

5.2. ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ

ΠΡΟΦΙΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ « EGILIA ΑΕ»

Το ξενοδοχείο « EGILIA ΑΕ » προγραμματίζεται να ξεκινήσει την λειτουργία του τον Απρίλιο του 2017. Η ξενοδοχειακή μονάδα θα είναι κατηγορίας τεσσάρων αστέρων προσαρμοσμένο στις ανάγκες τις εποχής και των συγκυριών. Ο κάθε πελάτης θα έχει τη δυνατότητα επιλογής του τύπου του δωματίου καθώς και το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών που επιθυμεί να απολαύσει κατά τη διάρκεια της διαμονής του.

Η δυναμικότητα του ξενοδοχείου θα είναι δυναμικότητας 181 κλινών τα οποία περιλαμβάνονται σε 95 δωμάτια. Οι παροχές της τετράστερης ξενοδοχειακής μονάδας του θα περιλαμβάνουν:

- Χώρο εστίασης χωρητικότητας 80 ατόμων (115τ.μ.). Ο εστιακός εξοπλισμός θα είναι φτιαγμένος και θα λειτουργεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές του προτύπου ποιότητας HACCP.
 - Καφέ – Μπάρ
-
- Εξωτερική πισίνα, με εξωτερικό μπαρ και εστιατόριο στον χώρο της πισίνας
 - Αίθουσα συνεδρίων και εκδηλώσεων ψυχαγωγίας χωρητικότητας 150 ατόμων με τους βοηθητικούς χώρους (φουαγιέ, μπουφέ) συνολικής επιφάνειας 260 τμ.
 - Meeting room 10 ατόμων με εξοπλισμό Η.Υ. σύνδεσης υψηλής ταχύτητας, πρόσβαση στο internet, έπιπλα γραφείου (ανεξάρτητη τηλεφωνική γραμμή, φαξ, εκτυπωτής), μικρό μπουφέ, και τουαλέτα 30 τ.μ.
 - Εμπορικό τμήμα πώλησης ξένου και ελληνικού τύπου, τσιγάρων, αναψυκτικών κτλ.
 - Κομμωτήριο
 - Σύνδεση ασύρματη στο internet σε κάθε δωμάτιο και σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους
 - 12 executive suites με 2 γραμμές τηλεφώνου, φαξ, γραφείο εργασίας.
 - Δωμάτια με αυτόνομο κλιματισμό, προκλιματισμένος/ φιλτραρισμένος αέρας, χρηματοκιβώτια, pay tv, τηλέφωνο στο λουτρό κτλ
 - Στεγνοκαθαρηστήριο υπηρεσία δωματίου
 - Parking πελατών του ξενοδοχείου 40 θέσεων.
 - Δυνατότητα check in / check out μέσω Η.Υ και interactive tv στα δωμάτια

Η τιμή πόρτας προσδιορίζεται από την κείμενη νομοθεσία. Οι τιμές αγοράς θα

διαμορφώνονται από την ζήτηση και την πολιτική των ανταγωνιστών. Οι πολιτικές ακύρωσης καθορίζονται από το νόμο με ευελιξία του ξενοδοχείου για τους τακτικούς πελάτες. Τα φυσικά πρόσωπα δύνανται να εξοφλούν με μετρητά ή οι πιστωτικές κάρτες ενώ τα νομικά πρόσωπα με επιταγή ή διατραπεζική μεταφορά χρημάτων στο τέλος κάθε μήνα.

Οι τιμολογιακές πολιτικές θα είναι οι εξής: μία για τους επαγγελματίες (πρακτορεία κτλ) και μία για τους μεμονωμένους πελάτες. Για τους επαγγελματίες δεν θα υπάρχουν διαφοροποιήσεις και εκπτώσεις από τις τιμές πώλησης. Οι διευκολύνσεις θα προκύπτουν σε συμφωνίες μεγάλου αριθμού διανυκτερεύσεων (τουλάχιστον 200). Οι τιμές θα τροποποιούνται εβδομαδιαία ή καθημερινά, ανάλογα με τον αριθμό των κρατήσεων τη ζήτηση. Προβλέπεται να είναι υψηλότερες τις καθημερινές ημέρες και χαμηλότερες τα Σαββατοκύριακα. Εκπτώσεις θα πραγματοποιούνται κατά την εορταστική περίοδο των Χριστούγεννων και του Πάσχα (κυρίως όταν αυτό συμπίπτει με το Καθολικό) προκειμένου οι πελάτες που έχουν την δυνατότητα διαμονής σε φίλους και συγγενείς να προτιμήσουν το ξενοδοχείο. Θα υπάρχει δυνατότητα Upgrades (διαμονή σε δωμάτιο πιο ακριβό από αυτό που πληρώνει ο πελάτης) σε περιπτώσεις χαμηλού αριθμού κρατήσεων.

Το ξενοδοχείο βρίσκεται στην ΕΡΕΤΡΙΑ περιοχή ΜΑΓΟΥΛΑ . Δεν υπάρχουν κανάλια διανομής αλλά η επαφή γίνεται κατευθείαν με τον πελάτη ή το φυσικό/ νομικό πρόσωπο που είναι υπεύθυνο για την διαμονή του (εταιρείες, ταξιδιωτικά γραφεία). Στο άμεσο μέλλον δεν υπάρχει πρόθεση για συνεργασία με tour operators υποστηρίζοντας μια διαφορετική πολιτική σε σχέση με τα άλλα ξενοδοχεία.



Η προσέγγιση στο ξενοδοχείο γίνεται με επιβατικό αυτοκίνητο το οποίο σταθμεύει σε πάρκινγκ 40 θέσεων του ξενοδοχείου , με το ΚΤΕΛ ΕΥΒΟΙΑ

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

5.2.1 ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Η επένδυση αναμένεται να αγγίξει τα 9.955.000,00 ευρώ. Ο κάτωθι πίνακας δείχνει το κόστος όπως αυτό αναλύεται:

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

<i>Κατανομή Κόστους Ανέγερσης</i>		
A/A	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	Καθαρό ποσό
1	Έξοδα Εγκαταστάσεως	5.000,00
2	Μελέτες	450.000,00
3	ΟΙΚΟΠΕΔΟ	1.000.000,00
4	Οικοδομικά	5.750.000,00
5	Η/Μ εξοπλισμός	1.850.000,00
6	Εξοπλισμός επίπλων και άλλα	750.000,00
7	Διαμορφωση Περιβάλλοντος Χώρου	150.000,00
	ΣΥΝΟΛΟ	9.955.000,00

Τα οικοδομικά περιλαμβάνουν εκσκαφές, σκυροδετήσεις, τοιχοποιίες, δάπεδα, κουφώματα, και επιχρίσματα. Τα τετραγωνικά μέτρα της έκτασης είναι 2.500 τ.μ. , του κτιρίου 7.800 τ.μ. (δύο υπόγεια, ισόγειο και τρεις ορόφους). Τμήμα των οικοδομικών εξόδων προορίζεται για την κατασκευή πισίνας η οποία θα βρίσκεται στον εξωτερικό χώρο. Ο Ηλεκτρομηχανολογικός εξοπλισμός περιλαμβάνει τις κλιματιστικές εγκαταστάσεις, την κουζίνα, τα πλυντήρια, το λεβητοστάσιο, τους ανελκυστήρες, τα μηχανολογικά της πισίνας, ασθενή και ισχυρά ρεύματα, γεννήτριες, πυροσβεστικά συστήματα και ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός του χώρου των εκδηλώσεων.

Τα έξοδα εξωτερικού καλλωπισμού είναι μέσα στα όρια της ρυμοτομικής γραμμής του οικοπέδου. Η κάλυψη του κόστους της επένδυσης θα πραγματοποιηθεί από ίδια κεφάλαια και τραπεζικά δάνεια, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 14

<u>Χρηματοδότηση Επένδυσης</u>			
A/A	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	Καθαρό ποσό	%
1	Ιδία Κεφάλαια	3.484.250,00	35,00%
2	Ξένα Κεφάλαια	6.470.750,00	65,00%
2α	- Δάνεια Τραπεζών εσωτερικού	6.470.750,00	65,00%
2β	- Δάνεια Τραπεζών εξωτερικού		
2γ	- Λοιπά Ξένα Κεφάλαια		
	ΣΥΝΟΛΟ	9.955.000,00	100,00%

ΔΑΝΕΙΟΔΟΤΗΣΗ

Το δάνειο θα φτάνει τα **6.470.750,00** ευρώ, θα είναι 15ετής (162 μήνες) και το επιτόκιο 5,1% σταθερό. Η περίοδος χάριτος θα είναι 18 μήνες. Οι τόκοι του δανείου θα είναι 3μηνιαίοι και το χρεολύσιο εξαμηνιαίο. Στον παρακάτω πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 15

<u>Εξυπηρέτησης Δανείου</u>				
ΕΤΗ	ΤΟΚΟΙ	ΧΡΕΩΛΥΣΙΟ	ΠΟΣΟ ΔΟΣΗΣ	ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ
1	335.508,39	0,00	335.508,39	6.470.750,00
2	334.590,98	239.657,41	574.248,39	6.231.092,59
3	316.048,69	479.314,81	795.363,50	5.751.777,78
4	292.047,00	479.314,81	771.361,81	5.272.462,96
5	266.484,66	479.314,81	745.799,47	4.793.148,15
ΣΥΝΟΛΟ	1.544.679,71	1.677.601,85	3.222.281,56	

ΣΗΜΕΙΩΣΗ : Η διάρκειά του θα είναι 15 χρόνια (162 μήνες) και το επιτόκιο 5,1% σταθερό. Η περίοδος χάριτος θα είναι 18 μήνες.

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

Τα έσοδα της επιχείρησης θα είναι:

1. Από διανυκτερεύσεις σε μονόκλινα δωμάτια, δίκλινα, τρίκλινα και σουίτες.
2. Από την εστίαση,
3. Από το μπαρ,
4. Από εκδηλώσεις,
5. Από το meeting room.
6. Από ενοικίαση εμπορικών καταστημάτων εντός του κτιρίου

Ο βαθμός αύξησης της πληρότητας που έχει προβλεφθεί στηρίζεται στην παρούσα έρευνα αγορά και στην προσωπική μου εκτίμηση

Η συμμετοχή της κάθε προσφερόμενης υπηρεσίας στον κύκλο εργασιών καθώς και μία αναλυτική κατάσταση προβλεπόμενων εσόδων είναι:

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

<i>Κύκλος Εργασιών ανά Δραστηριότητα</i>					
ΕΣΟΔΑ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΕΣΟΔΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	2.854.715,00	2.997.450,75	3.147.323,29	3.304.689,45	3.469.923,92
ΕΣΟΔΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	548.000,00	657.600,00	789.120,00	946.944,00	1.136.332,80
ΕΣΟΔΑ ΜΠΑΡ	382.500,00	397.800,00	413.712,00	430.260,48	447.470,90
ΕΣΟΔΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	193.613,00	199.421,39	205.404,03	211.566,15	217.913,14
ΕΣΟΔΑ MEETING ROOM	28.550,00	29.406,50	30.288,70	31.197,36	32.133,28
ΕΣΟΔΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	12.550,00	12.926,50	13.314,30	13.713,72	14.125,14
ΣΥΝΟΛΟ	4.019.928,00	4.294.605,14	4.599.162,31	4.938.371,16	5.317.899,17

Τα έσοδα από τα δωμάτια είναι η μεγαλύτερη πηγή εσόδων με δεύτερη το εστιατόριο του ξενοδοχείου ,αλλά με πολύ μικρότερο μικτό κέρδος λόγω του μεγάλου αριθμού του προσωπικού.

Τα άλλα τμήματα έχουν μικρότερη συνεισφορά στο στον κύκλο εργασιών του ξενοδοχείου (μπαρ, πισίνα κτλ)

ΠΙΝΑΚΑΣ 17

Κύκλος Εργασιών ανά Δραστηριότητα με έτος βάσης					
ΕΣΟΔΑ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΕΣΟΔΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
ΕΣΟΔΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	100,00	120,00	144,00	172,80	207,36
ΕΣΟΔΑ ΜΠΑΡ	100,00	104,00	108,16	112,49	116,99
ΕΣΟΔΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
ΕΣΟΔΑ ΜΕETING ROOM	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
ΕΣΟΔΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
ΣΥΝΟΛΟ	100,00	106,83	114,41	122,85	132,29

Στον πίνακα του κύκλου εργασιών με έτος βάσης, φαίνεται καθαρότερα η αύξηση του κύκλου εργασιών μέσα στην πενταετία. Τον πέμπτο χρόνο η αύξηση αυτή σε σχέση με πρώτο ξεπερνά το 32%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18

Κύκλος Εργασιών ανά Δραστηριότητα %					
ΕΣΟΔΑ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΕΣΟΔΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	71,01%	69,80%	68,43%	66,92%	65,25%
ΕΣΟΔΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	13,63%	15,31%	17,16%	19,18%	21,37%
ΕΣΟΔΑ ΜΠΑΡ	9,52%	9,26%	9,00%	8,71%	8,41%
ΕΣΟΔΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	4,82%	4,64%	4,47%	4,28%	4,10%
ΕΣΟΔΑ ΜΕETING ROOM	0,71%	0,68%	0,66%	0,63%	0,60%
ΕΣΟΔΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	0,31%	0,30%	0,29%	0,28%	0,27%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

ΕΞΟΔΑ – ΔΑΠΑΝΕΣ

Τα έξοδα λειτουργίας του ξενοδοχείου έχουν ως εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 19

Δαπάνες - Έξοδα Πενταετίας

Α/Α	ΚΟΣΤΟΣ	1ο Έτος		2ο Έτος		3ο Έτος		4ο Έτος		5ο Έτος	
		Από	Ποσοστό	Από	Ποσοστό	Από	Ποσοστό	Από	Ποσοστό	Από	Ποσοστό
1	Δαπάνες προσωπικού	775.388,17	41,51%	803.380,16	40,37%	837.291,11	39,26%	875.958,57	37,74%	836.542,00	37,21%
2	Έξοδα καθαριότητας ιματισμού	56.332,46	3,02%	61.145,46	3,07%	66.761,00	3,13%	73.169,99	3,15%	73.205,00	3,26%
3	Έξοδα προμηθειών εστιατορίου	263.185,26	14,09%	306.383,21	15,40%	314.743,36	14,76%	375.624,27	16,18%	357.700,00	15,91%
4	Έξοδα προμηθειών ΕΚΔΗΛ.	42.469,04	2,27%	45.103,11	2,27%	53.920,82	2,53%	63.958,60	2,76%	59.130,00	2,63%
5	Έξοδα προμηθειών μπαρ	85.123,98	4,56%	87.041,11	4,37%	106.573,73	5,00%	108.353,16	4,67%	108.186,00	4,81%
6	Ηλεκτρισμός - Ύδρευση	22.532,98	1,21%	23.124,10	1,16%	23.870,64	1,12%	24.734,86	1,07%	23.397,00	1,04%
7	Δαπάνες Φυσικού Αερίου	33.799,48	1,81%	35.019,67	1,76%	36.497,85	1,71%	38.183,63	1,65%	36.465,00	1,62%
8	Έξοδα συντήρησης	196.036,97	10,49%	206.982,93	10,40%	225.992,06	10,60%	254.442,45	10,96%	266.135,00	11,84%
9	Ασφαλιστική κάλυψη	98.018,48	5,25%	101.557,05	5,10%	105.844,33	4,96%	110.731,32	4,77%	105.749,00	4,70%
10	Λοιπά έξοδα	295.236,18	15,80%	320.204,31	16,09%	361.103,09	16,93%	395.949,15	17,06%	381.782,00	16,98%
	ΣΥΝΟΛΟ	1.868.123,00	100,00%	1.989.940,00	100,00%	2.132.598,00	100,00%	2.321.106,00	100,00%	2.468.291,00	100,00%

Το συνολικό λειτουργικό κόστος φαίνεται στον παραπάνω αναλυτικό πίνακα

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

Η αξία κτίσης ανεβαίνει κατά 5% λόγω των προσθηκών βελτιώσεων, των μελετών, αδειών κτλ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 20

Αποσβέσεις					
Εξοδα εγκατάστασης	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
ΜΕΙΟΝ: Αποσβέσεις	750,00	1.500,00	2.250,00	3.000,00	3.750,00
Αναπόσβεστη αξία εξόδων εγκατάστασης	4.250,00	3.500,00	2.750,00	2.000,00	1.250,00
I. Ανώματες Ακινήτοποιήσεις	450.000,00	472.500,00	496.125,00	520.931,25	546.977,81
Μείον: Αποσβέσεις	90.000,00	184.500,00	283.725,00	387.911,25	497.306,81
Αναπόσβεστη αξία ασώματων ακιν/σεων	360.000,00	288.000,00	212.400,00	133.020,00	49.671,00
II. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις	9.500.000,00	9.975.000,00	10.473.750,00	10.997.437,50	11.547.309,38
Μείον: Αποσβέσεις	810.000,00	1.661.250,00	2.555.025,00	3.493.451,25	4.478.761,31
Αναπόσβεστη αξία ενσώματων ακιν/σεων	8.690.000,00	8.313.750,00	7.918.725,00	7.503.986,25	7.068.548,06
Αξία κτήσης (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	9.955.000,00	10.452.500,00	10.974.875,00	11.523.368,75	12.099.287,19
Αποσβέσεις (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	900.750,00	1.847.250,00	2.841.000,00	3.884.362,50	4.979.818,13
Αναπόσβεστη αξία (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	9.054.250,00	8.605.250,00	8.133.875,00	7.639.006,25	7.119.469,06

ΑΝΑΓΚΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Οι αγορές προμηθειών εστιατορίου και μπαρ, είδη καθαριότητας κτλ είναι αναγκαίες για να ξεκινήσει η λειτουργία του ξενοδοχείου. Η κάλυψη αυτών των αναγκών το πρώτο έτος γίνει με βραχυχρόνιο δανεισμό όπως φαίνεται στον πίνακα. Το δάνειο αυτό είναι μονοετές με επιτόκιο 8%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 21

<i>Εξυπηρέτησης Δανείου Κίνησης</i>					
	ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				
	1ο	2ο	3ο	4ο	5ο
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
ΤΟΚΟΣ	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00

Η διάρκειά του θα είναι 5 χρόνια και το επιτόκιο 8,00 % σταθερό. Η καταβολή κάθε τέλος του χρόνου.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ – ΔΙΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων χρήσεως είναι σημαντικό να επισημανθούν ορισμένα στοιχεία:

- Τα έξοδα Διοικητικής λειτουργίας το (πρώτο χρόνο) είναι το 2,7% των πωλήσεων.
- Τα έξοδα λειτουργίας Διάθεσης το (πρώτο χρόνο) αντιστοιχούν στο 1,8% των πωλήσεων.

Το μικτό περιθώριο κέρδους είναι πολύ υψηλό λόγω της μεγάλης αναμενόμενης πληρότητας. Στο ξενοδοχείο « EGILIA ΑΕ » όπως αναφέρθηκε αντιπροσωπεύει το 53,5 % του κύκλου εργασιών .

ΠΙΝΑΚΑΣ 22

Αποτελέσματα Χρήσεων Πενταετίας

		1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (Πωλήσεις)	4.019.928,00	4.294.605,14	4.599.162,31	4.938.371,16	5.317.899,17
ΜΕΙΟΝ	Κόστος Πωλήσεων	1.680.946,00	1.784.210,00	1.898.856,00	2.063.873,00	2.195.589,00
	Μικτά αποτελέσματα (κέρδη εκμεταλλεύσεως)	2.338.982,00	2.510.395,14	2.700.306,31	2.874.498,16	3.122.310,17
ΠΛΕΟΝ	Άλλα έσοδα εκμετάλλευσας					
ΜΕΙΟΝ	Εξοδα διοικητικής λειτουργίας	112.306,00	123.438,00	140.245,00	154.340,00	163.621,00
	Εξοδα λειτουργίας διαθέσεως	74.871,00	82.292,00	93.497,00	102.893,00	109.081,00
	Λειτουργικό αποτέλεσμα	2.151.805,00	2.304.665,14	2.466.564,31	2.617.265,16	2.849.608,17
ΜΕΙΟΝ	Τόκοι	351.508,39	350.590,98	332.048,69	308.047,00	282.484,66
	Αποτελέσματα προ αποσβέσεων και φόρων	1.800.296,61	1.954.074,16	2.134.515,62	2.309.218,17	2.567.123,52
ΜΕΙΟΝ	Αποσβέσεις (συνολικές)	900.750,00	945.750,00	993.000,00	1.042.612,50	1.094.705,63
	ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ (προ φόρων)	899.546,61	1.008.324,16	1.141.515,62	1.266.605,67	1.472.417,89

ΠΙΝΑΚΑΣ 23

Διάθεση Αποτελεσμάτων Πενταετίας						
ΔΙΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ						
	Συντελεστής	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ		899.547	1.008.324	1.141.516	1.266.606	1.472.418
(+/-) Υπόλοιπο αποτ/των προηγ. χρήσεων			497.449	950.588	1.382.223	1.792.389
ΜΕΙΟΝ: Φόροι Εισοδήματος	30,00%	269.864	302.497	342.455	379.982	441.725
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ		629.683	1.203.276	1.749.649	2.268.847	2.823.081
1. Τακτικό Αποθεματικό	5,00%	31.484	60.164	87.482	113.442	141.154
2. Λοιπά αποθεματικά	10,00%	62.968	120.328	174.965	226.885	282.308
3. Μερίσματα πληρωτέα	6,00%	37.781	72.197	104.979	136.131	169.385
4. Υπόλοιπο εις νέον		497.449	950.588	1.382.223	1.792.389	2.230.234

5.2.2 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ - ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

Η χρηματοοικονομικοί δείκτες του ξενοδοχείου για τα πρώτα πέντε χρόνια είναι θετικοί. Ο δείκτης Περιθωρίου Μικτού Κέρδους βρίσκεται ανάμεσα σε 58,18% - 58,71%. Το κόστος πωληθέντων είναι λιγότερο από την μισή αξία των πωλήσεων και δίνει την δυνατότητα στην επιχείρηση να εφαρμόσει επιθετικές πολιτικές τιμολόγησης ή απλής μείωσης των τιμών αν αυτό κριθεί απαραίτητο. Ο δείκτης είναι απόδειξη ότι η επιχείρηση έχει επενδύσει ορθά σε σχέση με τον όγκο πωλήσεών της.

Η μείωση των τόκων που πληρώνει η επιχείρηση αυξάνει το καθαρό της κέρδος.

Οι δείκτες αποδοτικότητας ιδίων και επενδυμένων κεφαλαίων είναι ικανοποιητικοί. Αυτό διασφαλίζει ότι σε μια περίοδο κρίσης το ξενοδοχείο θα αποδίδει παραπάνω από τα επιτόκια «ασφαλών» επενδύσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 24

<u>Δείκτες Αποδοτικότητας</u>						
ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ		Ετος 1ο	Ετος 2ο	Ετος 3ο	Ετος 4ο	Ετος 5ο
Περιθώριο Μικτού Κέρδους	Μικτά Κέρδη ----- X 100 Πωλήσεις	58,18%	58,45%	58,71%	58,21%	58,71%
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους	Καθαρά Κέρδη ----- X 100 Πωλήσεις	22,38%	23,48%	24,82%	25,65%	27,69%
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	Καθαρά Κέρδη ----- X 100 Ιδια Κεφάλαια	22,07%	21,41%	21,12%	20,58%	20,99%
Αποδοτικότητα Επενδυμένων Κεφαλαίων	Καθαρά Κέρδη - Φόροι ----- ---- X 100 Συνολ. Ενεργητικού	5,70%	6,15%	6,81%	7,36%	8,39%

Οι δείκτες αυτοί καλυτερεύουν σημαντικά εξαιτίας της μηδενικής βραχυχρόνιας δανειοδότησης της επιχείρησης μετά το πρώτο χρόνο λειτουργίας της, αλλά και του μικρού ύψους επενδύσεων που διενεργούνται κατά την διάρκεια της πεντατίας.

Το επίπεδο των αποθεματικών είναι χαμηλό λόγω της γεωγραφικής της θέσης .

ΠΙΝΑΚΑΣ 25

<u>Δείκτες Ρευστότητας</u>							
II	ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ		Ετος 1ο	Ετος 2ο	Ετος 3ο	Ετος 4ο	Ετος 5ο
	Κυκλοφοριακή Ρευστότητα	Κυκλοφορούν Ενεργητικό -----	4,01	5,40	6,26	7,15	10,78
		Βραχ/μες Υποχρεώσεις					
	Πραγματική Ρευστότητα	Κυκλ.Ενεργ. - Αποθέματα -----	3,96	5,34	6,21	7,09	10,69
		Βραχ/μες Υποχρεώσεις					
	Άμεση Ρευστότητα	Διαθέσιμα -----	3,67	5,04	5,89	6,77	10,26
		Βραχ/μες Υποχρεώσεις					

Ο δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας των αποθεμάτων και οι πωλήσεις δωματίων δεν παίζουν σημαντικό ρόλο. Για τα επισιτιστικά τμήματα, η βελτίωση του χρόνου κυκλοφορίας τους οφείλεται κυρίως στην πρόβλεψη ότι οι διαδικασίες των τμημάτων θα βελτιώνονται σταδιακά, μειώνοντας το επιπλέον κόστος αποθεμάτων που οφείλεται σε φθορές, λανθασμένες παραγγελίες, έξοδα αποθήκευσης, καθώς και παρασκευή τροφίμων που τελικά δεν πωλούνται.

Η ταχύτητα κυκλοφορίας των απαιτήσεων προβλέφθηκε στις 2 εβδομάδες (και με αυτή την πρόβλεψη συμπληρώθηκε ο λογαριασμός απαιτήσεων στους ισολογισμούς) κυρίως λόγω του τρόπου πληρωμής των περισσότερων εταιρειών στο τέλος κάθε μήνα. Η πιθανή ασυνέπεια ορισμένων από αυτές αντισταθμίζεται από τους ιδιώτες πελάτες αλλά και τους επαγγελματίες των οποίων τα έξοδα δεν καλύπτουν οι εταιρείες, οι οποίοι συνήθως πληρώνουν κατά την αναχώρησή τους ή και νωρίτερα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 26

<u>Δείκτες Αποτελεσματικότητας</u>							
ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ		Ετος 1ο	Ετος 2ο	Ετος 3ο	Ετος 4ο	Ετος 5ο	
Ταχύτητα Κυκλοφορίας Αποθεμάτων σε ημερες	Αποθέματα ----- X 365	2,47	2,59	2,67	2,79	2,78	
	Πωλήσεις						
Ταχύτητα Κυκλοφορίας Απαιτήσεων σε ημερες	Απαιτήσεις ----- X 365	13,04	13,41	14,23	14,58	14,36	
	Πωλήσεις						
Κυκλοφορία Ενεργητικού	Πωλήσεις -----	36,40	37,44	39,21	41,01	43,28	
	Σύνολο Ενεργητικού						

Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης, συνδέεται με την αποπληρωμή του μακροχρόνιου δανείου το έτος μηδέν της λειτουργίας της. Η μείωση των τελευταίων δύο ετών επιτρέπει την υλοποίηση καινούριων επενδύσεων.

Η χρηματοδότηση ακινητοποιήσεων είναι αρνητική και έχει σχέση με την μικρή επενδυτική δραστηριότητα της επιχείρησης τα πέντε χρόνια λειτουργίας της. Θα αντιστραφεί στο τέλος της πενταετίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 27

<u>Δείκτες Δραστηριότητας</u>						
ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ		Ετος 1ο	Ετος 2ο	Ετος 3ο	Ετος 4ο	Ετος 5ο
Δάνεια προς Ιδια Κεφάλαια	Δάνεια ----- Ιδια Κεφάλαια	1,64	1,37	1,10	0,89	0,68
	Γενική Επιβάρυνση	Υποχρεώσεις ----- Σύνολο Παθητικού	63,09	58,95	53,93	48,89
Κάλυψη Τόκων	Καθαρά Αποτι/τα+Χρ.Τόκοι ----- ----- Χρεωστικοί Τόκοι	3,56	3,88	4,44	5,11	6,21
	Χρηματοδότηση Ακινήτοποιήσεω	Ιδια Κεφάλαια ----- Πάγιο Ενεργητικό	452,53	254,96	190,21	158,44

ΠΙΝΑΚΑΣ 28

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Β	ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ					
	Εξοδα εγκατάστασης	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
	ΜΕΙΟΝ: Αποσβέσεις	750,00	1.500,00	2.250,00	3.000,00	3.750,00
	Αναπόσβεστη αξία εξόδων εγκατάστασης	4.250,00	3.500,00	2.750,00	2.000,00	1.250,00
Γ	ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
	I. Ανώματες Ακινήτοποιήσεις	450.000,00	472.500,00	496.125,00	520.931,25	546.977,81
	Μείον: Αποσβέσεις	90.000,00	184.500,00	283.725,00	387.911,25	497.306,81
	Αναπόσβεστη αξία ασώματων ακιν/σεων	360.000,00	288.000,00	212.400,00	133.020,00	49.671,00
	II. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις	9.500.000,00	9.975.000,00	10.473.750,00	10.997.437,50	11.547.309,38
	Μείον: Αποσβέσεις	810.000,00	1.661.250,00	2.555.025,00	3.493.451,25	4.478.761,31
	Αναπόσβεστη αξία ενσώματων ακιν/σεων	8.690.000,00	8.313.750,00	7.918.725,00	7.503.986,25	7.068.548,06
	Αξία κτήσης (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	9.955.000,00	10.452.500,00	10.974.875,00	11.523.368,75	12.099.287,19
	Αποσβέσεις (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	900.750,00	1.847.250,00	2.841.000,00	3.884.362,50	4.979.818,13
	Αναπόσβεστη αξία (Εξοδα Εγκατ. + Παγίου Ενεργητικού)	9.054.250,00	8.605.250,00	8.133.875,00	7.639.006,25	7.119.469,06
Δ	ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
	I. Αποθέματα	27.244,00	30.462,00	33.672,00	37.725,00	40.481,00
	II. Απαιτήσεις	143.588,00	157.820,00	179.309,00	197.329,00	209.196,00
	III. Χρεόγραφα					
	IV. Διαθέσιμα	1.817.212,65	2.678.479,85	3.382.865,47	4.168.366,58	4.919.236,25
	Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού	1.988.044,65	2.866.761,85	3.595.846,47	4.403.420,58	5.168.913,25
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	11.042.294,65	11.472.011,85	11.729.721,47	12.042.426,83	12.288.382,31

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ					
I. Κεφάλαιο (μετοχικό.κλπ)	3.484.250,00	3.484.250,00	3.484.250,00	3.484.250,00	3.484.250,00
IV. Αποθεματικά κεφάλαια	94.452,39	274.943,82	537.391,19	877.718,21	1.301.180,43
V. Αποτελέσματα εις νέο	497.449,28	950.588,19	1.382.222,81	1.792.388,95	2.230.234,37
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	4.076.151,67	4.709.782,01	5.403.864,00	6.154.357,16	7.015.664,80
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ Ή ΕΞΟΔΑ					
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
I. Μακροπρόθεσμες	6.470.750,00	6.231.092,59	5.751.777,78	5.272.462,96	4.793.148,15
II. Βραχυπρόθεσμες σε τράπεζες	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	0,00
Πιστώσεις προμηθευτών	25.529,00	28.640,00	31.625,00	35.625,00	37.844,00
Λοιπές βραχυπρόθεσμες(φόροι)	269.863,98	302.497,25	342.454,69	379.981,70	441.725,37
Σύνολο Βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	495.392,98	531.137,25	574.079,69	615.606,70	479.569,37
Σύνολο υποχρεώσεων	6.966.142,98	6.762.229,84	6.325.857,46	5.888.069,66	5.272.717,52
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	11.042.294,65	11.472.011,85	11.729.721,47	12.042.426,83	12.288.382,31

5.2.3 ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ

Όπως φαίνεται παρακάτω οι ταμειακές ροές του πρώτου έτους συγκρίνονται με αυτές του έτους μηδέν. Τα αποκτηθέντα κεφάλαια αξιοποιούνται στην αύξηση των διαθεσίμων, για ορισμένες επενδύσεις πάγιου ενεργητικού και την μείωση του μακροχρόνιου δανεισμού. Οι πηγές των κεφαλαίων αυτών είναι τα κέρδη της επιχείρησης από την λειτουργία της και οι αποσβέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 29

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

A ΠΗΓΕΣ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΑΠΟ ΕΡΓΑΣΙΕΣ					
Κέρδη μετά τη φορολογία	629.682,63	705.826,91	799.060,94	886.623,97	1.030.692,52
Αποσβέσεις	900.750,00	946.500,00	993.750,00	1.043.362,50	1.095.455,63
ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΑΠΟ ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ					
Έκδοση τίτλων	3.484.250,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Αύξηση μακροπρόθεσμου δανεισμού (τράπεζες)	6.470.750,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Αύξηση βραχυχρόνιου δανεισμού (τράπεζες)	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Αύξηση πιστώσεων προμηθευτών	25.529,00	3.111,00	2.985,00	4.000,00	2.219,00
Αύξηση λοιπων βραχ. Υποχρεώσεων (φόροι)	269.863,98	32.633,26	39.957,44	37.527,01	61.743,67
Μείωση παγίων στοιχείων	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΚΤΗΘΕΝΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	11.980.825,61	1.688.071,18	1.835.753,38	1.971.513,48	2.190.110,81
B ΧΡΗΣΕΙΣ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
πληρωμη μερισματων	37.780,96	72.196,57	104.978,95	136.130,81	169.384,89
Αύξηση πάγιου ενεργητικού	9.955.000,00	497.500,00	522.375,00	548.493,75	575.918,44
Αύξηση αποθεμάτων	27.244,00	3.218,00	3.210,00	4.053,00	2.756,00
Αύξηση Απαιτήσεων	143.588,00	14.232,00	21.489,00	18.020,00	11.867,00
Αύξηση διαθεσίμων	1.817.212,65	861.267,20	704.385,61	785.501,11	750.869,67
Μείωση βραχυχρόνιων υποχρεώσεων	0,00	0,00	0,00	0,00	200.000,00
Μείωση μακροπρόθεσμου δανεισμού	0,00	239.657,41	479.314,81	479.314,81	479.314,81
ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΕΝΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	11.980.825,61	1.688.071,18	1.835.753,37	1.971.513,48	2.190.110,81

5.2.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ

Για τον σκοπό της ανάλυσης τα έξοδα διαχωρίστηκαν σε σταθερά και μεταβλητά. Το νεκρό σημείο είναι το μεγαλύτερο επίπεδο των πωλήσεων που μπορεί να επιτύχει το ξενοδοχείο από την λειτουργία όλων των τμημάτων του.

Έσοδα από πωλήσεις = Σταθερές Δαπάνες + Μεταβλητές Δαπάνες + Κ. Κέρδος

Η εξίσωση υπολογισμού του Νεκρού Σημείου είναι:

Νεκρό Σημείο = Σταθερές Δαπάνες / [(1 – Μεταβλητές Δαπάνες)/ Πωλήσεις]

ΠΙΝΑΚΑΣ 30

ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ												
Κατηγορία εξόδων	Κατανομή εξόδων (%)		1ο Έτος Κατανομή εξόδων.)		2ο Έτος Κατανομή εξόδων.)		3ο Έτος Κατανομή εξόδων.)		4ο Έτος Κατανομή εξόδων.)		5ο Έτος Κατανομή εξόδων.)	
	Σ	Μ	Σ	Μ	Σ	Μ	Σ	Μ	Σ	Μ	Σ	Μ
Δαπάνες προσωπικού	30%	70%	232.616,45	542.771,72	241.014,05	562.366,11	251.187,33	586.103,78	262.787,57	613.171,00	250.962,60	585.579,40
Έξοδα καθαριότητας ιματισμού	10%	90%	5.633,25	50.699,22	6.114,55	55.030,91	6.676,10	60.084,90	7.317,00	65.852,99	7.320,50	65.884,50
Έξοδα προμηθειών εστιατορίου	0%	100%	0,00	263.185,26	0,00	306.383,21	0,00	314.743,36	0,00	375.624,27	0,00	357.700,00
Έξοδα προμηθειών ΕΚΔΗΛ.	0%	100%	0,00	42.469,04	0,00	45.103,11	0,00	53.920,82	0,00	63.958,60	0,00	59.130,00
Έξοδα προμηθειών μπαρ	0%	100%	0,00	85.123,98	0,00	87.041,11	0,00	106.573,73	0,00	108.353,16	0,00	108.186,00
Ηλεκτρισμός – Ύδρευση	3%	97%	675,99	21.857,00	693,72	22.430,38	716,12	23.154,53	742,05	23.992,82	701,91	22.695,09
Δαπάνες Φυσικού Αερίου	2%	98%	675,99	33.123,49	700,39	34.319,28	729,96	35.767,90	763,67	37.419,96	729,30	35.735,70
Έξοδα συντήρησης	10%	90%	19.603,70	176.433,27	20.698,29	186.284,64	22.599,21	203.392,85	25.444,25	228.998,21	26.613,50	239.521,50
Ασφαλιστική κάλυψη	60%	40%	58.811,09	39.207,39	60.934,23	40.622,82	63.506,60	42.337,73	66.438,79	44.292,53	63.449,40	42.299,60
Λοιπά έξοδα	20%	80%	59.047,24	236.188,94	64.040,86	256.163,45	72.220,62	288.882,47	79.189,83	316.759,32	76.356,40	305.425,60
ΤΟΚΟΙ	20%	80%	70.301,68	281.206,71	70.118,20	280.472,78	66.409,74	265.638,95	61.609,40	246.437,60	56.496,93	225.987,73
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	100%	0%	900.750,00	0,00	945.750,00	0,00	993.000,00	0,00	1.042.612,50	0,00	1.094.705,63	0,00
ΣΥΝΟΛΟ			1.348.115,37	1.772.266,01	1.410.064,29	1.876.217,80	1.477.045,67	1.980.601,02	1.546.905,05	2.124.860,44	1.577.336,17	2.048.145,12
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ			2.411.095,07	53,45%	2.504.011,35	58,31%	2.594.238,59	56,41%	2.715.181,16	54,98%	2.565.365,64	48,24%

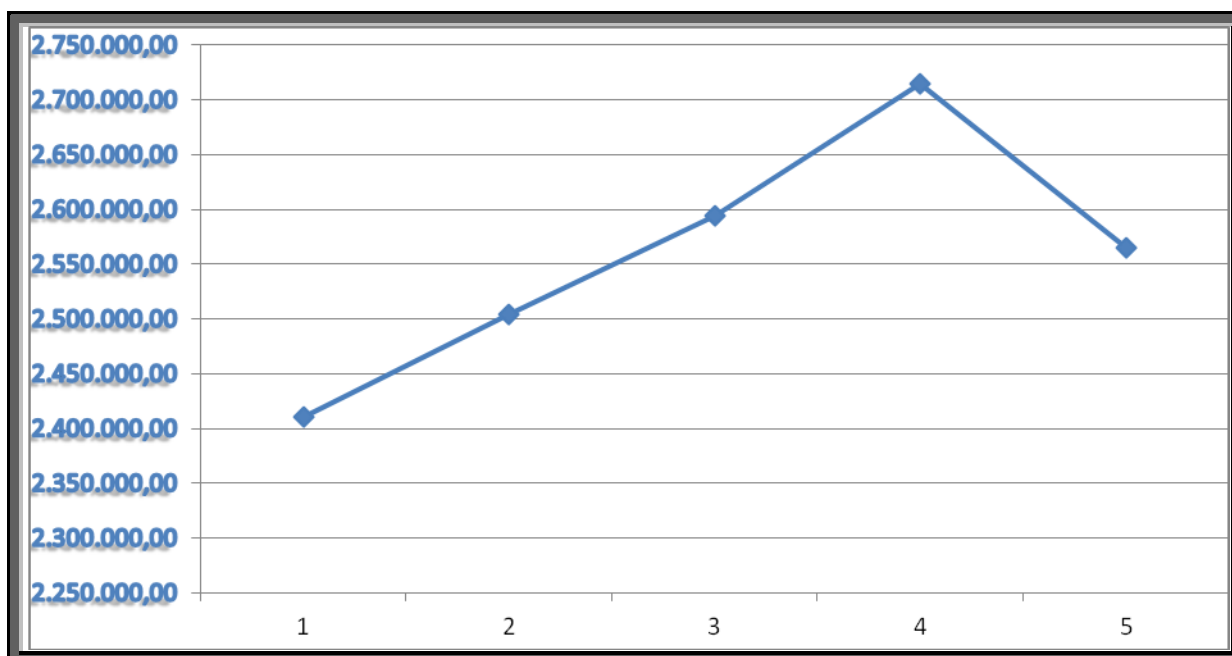
Για τα τέσσερα έτη το Νεκρό Σημείο είναι:

ΠΙΝΑΚΑΣ 31

ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ ΕΠΙ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ 1ο έτος	=	2.411.095,07	ή	53,45%	των Πωλήσεων
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ 2ο έτος	=	2.504.011,35	ή	58,31%	των Πωλήσεων
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ 3ο έτος	=	2.594.238,59	ή	56,41%	των Πωλήσεων
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ 4ο έτος	=	2.715.181,16	ή	54,98%	των Πωλήσεων
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ 5ο έτος	=	2.565.365,64	ή	48,28%	των Πωλήσεων

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 21



5.2.5 ΚΑΘΑΡΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η καθαρής παρούσας αξίας της επιχείρησης προκύπτει από την μέθοδο της προεξόφλησης των ταμειακών ροών της πενταετίας και βγάζοντας το επενδυτικό κόστος

5.2.6 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΑΞΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΣ

Το χρήμα έχει δύο βασικές ιδιότητες. Η μία είναι να παράγει χρήμα μέσω αγαθών και η άλλη είναι να χάνει την αξία του (πχ μέσω του πληθωρισμού). Οι δύο ιδιότητές του υπάρχουν μέσα στον χρόνο.

Με τον όρο διαχρονική αξία χρήματος εννοούμε την παρούσα και μελλοντική αξία του χρήματος τις οποίες και θα εξηγήσουμε διεξοδικά παρακάτω.

5.2.7 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ ΕΝΟΣ ΠΟΣΟΥ

Λαμβάνοντας υπόψη κανείς τον πληθωρισμό, το κόστος ευκαιρίας και το ρίσκο η αξία του χρήματος σήμερα είναι μεγαλύτερη από την αξία που θα έχει το χρήμα στο μέλλον.

Η μελλοντική αξία των χρημάτων μπορεί να κατανοηθεί καλύτερα με το κάτωθι παράδειγμα:

Εάν σήμερα έχω ένα ποσό πχ 1.000,00 με επιτόκιο αναγωγής 10% τότε η μελλοντική αξία των 1.000,00 ευρώ σε ένα χρόνο θα είναι 1.100,00 ευρώ.

Ενώ η παρούσα αξία των 1.100,00 ευρώ είναι αντίστοιχα 1.000,00.

Η οικονομική έννοια του πληθωρισμού είναι ουσιαστικά η μείωση της αγοραστικής δύναμης των χρημάτων που εκάστοτε διαθέτει κανείς. Εάν έχω αύξηση πχ του πληθωρισμού 2% με σταθερό εισόδημα αυτό σημαίνει ότι με το εισόδημά μου μπορώ να καταναλώσω και να αγοράσω λιγότερα αγαθά λόγω της αύξησης των τιμών. Το κόστος ευκαιρίας όσο αναφορά το χρήμα σε συνάρτηση με τις επενδύσεις αναφέρεται στο γεγονός ότι τα χρήματα δεσμεύονται σε μια επένδυση στο παρόν με αποτέλεσμα στο μέλλον να υπάρχουν λιγότερα διαθέσιμα χρήματα για επένδυση ή αντίστοιχα μια επικερδής επένδυση να μην μπορεί να πραγματοποιηθεί λόγω της ήδη υπάρχουσας δέσμευσης των χρημάτων.

Το ρίσκο στο χρήμα και στις επενδύσεις αναφέρεται στην αβεβαιότητα μιας επιχείρησης να εισπράξει οφειλές, στην αβεβαιότητα πώλησης των παραγόμενων προϊόντων, στην αβεβαιότητα γενικότερα του οικονομικού και πολιτικού περιβάλλοντος που δραστηριοποιείται μια επιχείρηση. Στην περίπτωση υπολογισμού της μελλοντικής αξίας ενός χρηματικού ποσού το επιτόκιο ονομάζεται επιτόκιο ανατοκισμού. Αντίστοιχα στην

περίπτωση υπολογισμού της παρούσης αξίας χρημάτων το επιτόκιο ονομάζεται επιτόκιο προεξοφλητικό. Το προεξοφλητικό επιτόκιο είναι κρίσιμο και χρησιμοποιείται για την μελέτη υλοποίησης επενδύσεων.

5.2.8 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΑΞΙΑ

Η μελλοντική αξία F_n ενός ποσού που επενδύεται σήμερα P_0 με επιτόκιο ε στα n έτη δίνεται από την ακόλουθη εξίσωση:

$$F_n = P_0(1 + \varepsilon)^n$$

Όπου

$(1 + \varepsilon)^n$ είναι ο συντελεστής ανατοκισμού ενός ευρώ στο έτος n

Στην περίπτωση του ξενοδοχείου EGLIA A.E. **** η μελλοντική αξία δίνεται ως εξής:

$$9.955.000,00 (1 + 0,051)^{15} = 20.993.362,49$$

Η μελλοντική αξία λοιπόν, είναι συνάρτηση του χρόνου και του επιτοκίου. Όσο αυξάνει ο χρόνος τόσο αυξάνεται η μελλοντική αξία. Επίσης αυξάνεται και ο συντελεστής ανατοκισμού.

Η διαφορά του απλού τόκου από τον ανατοκισμό φαίνεται στην παρακάτω εξίσωση:

ΑΠΛΟΣ ΤΟΚΟΣ= ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ Χ ΕΠΙΤΟΚΙΟ Χ ΕΤΗ

$$= 9.955.000,00 * 0,051 * 15 = 7.615.575$$

Ο απλός τόκος είναι σταθερός σε όλα τα έτη υπολογίζεται στο αρχικό κεφάλαιο.

Εάν σήμερα επενδύσω 1.000,00 ευρώ με επιτόκιο 10% , σε ένα χρόνο θα έχω 100 ευρώ τόκο, σε δύο χρόνια 200 ευρώ απλό τόκο.

5.2.9 ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ

Ο μαθηματικός τύπος που μας δίνει την παρούσα αξία μιας μελλοντικής επένδυσης είναι σχεδόν ο αντίστροφος αυτού της μελλοντικής αξίας. Με λίγα λόγια:

$$P_0 = \frac{F_n}{(1 + \varepsilon)^n} = F_n x (1 + \varepsilon)^{-n}$$

Θεωρούμε την αξία του ε σταθερή για όλα τα έτη

Ενώ ο συντελεστής:

$(1 + \varepsilon)^{-n}$ μας δείχνει την αξία του ενός ευρώ που θα εισπραχθεί στο έτος n στον παρόν.

$$= 20.993.362,49 * (1 + 0,051)^{-15} = 9.955.000,00$$

5.2.10 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΩΝ

Ο γενικός τύπος για την αξία μελλοντικών περιοδικών χρηματοροών είναι:

$$F_n = P_0 (1 + [\varepsilon/m])^{mn}$$

Στην περίπτωση του ξενοδοχείου:

$$= 9.955.000,00 (1 + [0,051/162])^{15 * 162} = 21.390.663,59$$

Όπου,

m φορές ανατοκισμού το χρόνο

n ο αριθμός περιόδων

ε το ετήσιο επιτόκιο

έτσι για παράδειγμα εάν θέλω να δω τη μελλοντική αξία 1.000,00 ευρώ που επενδύω σήμερα με επιτόκιο 10% σε δύο χρόνια

$$\text{ετήσιο: } F_2 = 1000(1 + 0.10)^2 = 1.210,00$$

ενώ ανά εξάμηνο

$$F_2 = 1000(1 + 0.10/2)^4 = 1.215,51$$

Η παρούσα αξία υπολογίζεται αντίστροφα αντίστοιχα.

5.2.11 ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΣΩΡΕΥΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ο συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου (ΣΑΚ) χρησιμοποιείται για να υπολογιστεί το ύψος ληξιπρόθεσμης ράντας. Όταν πολλαπλασιαστεί με την παρούσα αξία κάποιου ποσού μας δίνει τη σταθερή δόση:

$$\Sigma AK = \frac{\varepsilon(1 + \varepsilon)^n}{(1 + \varepsilon)^n - 1}$$

Στην περίπτωση μας: $\frac{0.051(1+0.051)^{15}}{(1+0.051)^{15}-1} = -0,95$

Ο συντελεστής συσσώρευσης κεφαλαίου (ΣΣΚ) χρησιμοποιείται για να υπολογιστεί η σταθερή ράντα ώστε να βρεθεί ένα ποσό για κάποια μελλοντική στιγμή.

Όταν πολλαπλασιαστεί με την τελική αξία του ποσού μας δίνει την ετήσια δόση:

$$\Sigma \Sigma K = \frac{\varepsilon}{(1 + \varepsilon)^n - 1}$$

$$= \frac{0,051}{(1+0,051)^{15}-1} = -0,98$$

5.2.12 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Ο ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

Με τον όρο ταμειακή ροή εννοούμε τη διαφορά που προκύπτει από την διαφορά

Ταμειακές εισροές-ταμειακές εκροές

Αναφέρεται σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο (συνήθως ετήσια) και μπορεί να είναι η διαφορά είτε θετική (ταμειακές εισροές > ταμειακές εκροές) είτε αρνητική (ταμειακές εισροές < ταμειακές εκροές).

Οι ταμειακές ροές εξετάζονται όπως αυτές υπολογίζονται ότι θα προκύψουν από την δημιουργία μιας επένδυσης προκειμένου να μελετηθεί καλύτερα η επένδυση και να αποφασιστεί εάν συμφέρει ή όχι.

Προκειμένου να έχουμε μια ακριβή και πλήρη εικόνα του πίνακα των ταμειακών ροών είναι απαραίτητη η γνώση των κάτωθι μεγεθών:

Συνολικό κεφάλαιο επένδυσης

Ετήσιες δαπάνες

Ετήσια έσοδα

Ετήσιες αποσβέσεις

ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΤΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

ΜΕΓΕΘΗ ΠΙΝΑΚΑ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

ΕΤΗ

- | | 1 | 2.... n |
|---|---|---------|
| (1) Εκταμιεύσεις κεφαλαίου | | |
| (2) Έσοδα | | |
| (3) Έξοδα | | |
| (4) Μεικτά κέρδη = (2) – (3) | | |
| (5) Αποσβέσεις (συντ. απόσβεσης 20%) | | |
| (6) Τόκοι | | |
| (7) Φορολογητέο εισόδημα = (4) – (5) – (6) | | |
| (8) Φόροι = (7) * Συντ. Φορολόγησης 25% | | |
| (9) Καθαρά κέρδη μετά από φόρους = (7) – (8) | | |
| (10) Χρεολύσια | | |
| (11) Καθαρή Ταμειακή Ροή μετά από φόρους = (9) + (5) – (10) – (1) | | |

Για να είναι σωστός ο υπολογισμός των ταμειακών ροών τα μεγέθη θα πρέπει να υπολογιστούν σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή που θα πραγματοποιηθούν ώστε να αξιολογηθούν σωστά και ορθολογικά.

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Το κεφάλαιο της επένδυσης διαχωρίζεται στο κεφάλαιο προ της επένδυσης και στο κεφάλαιο εγκατάστασης της επένδυσης. Το κεφάλαιο προ επένδυσης αφορά τους πόρους και τα χρήματα που διατίθενται για την αγορά οικοπέδου, για τις μελέτες και τις ερευνητικές εργασίες για το στήσιμο της επένδυσης. Το κεφάλαιο εγκατάστασης αφορά τον εξοπλισμό, τα συστήματα ασφαλείας, το κόστος κίνησης για τα λειτουργικά έξοδα της επένδυσης. Οι πηγές εσόδων μπορεί να είναι ίδια κεφάλαια, δάνεια, επιδοτήσεις κτλ.

ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ

Τα ετήσια έσοδα είναι απλά το γινόμενο της τιμής πώλησης με την ποσότητα των πωληθέντων μονάδων στην περίπτωση επιχειρήσεων παραγωγής αγαθών. Σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών όπως είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι αρκετά δύσκολο να εκτιμηθούν τα ετήσια έσοδα μια που η τιμολογιακή πολιτική ποικίλει και επηρεάζεται από αρκετούς παράγοντες.

5.2.13 ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Το κόστος λειτουργίας περιλαμβάνει όλο το κόστος της διαδικασίας παραγωγής όπως πρώτες ύλες, εργατικά κτλ. Ο εξοπλισμός κτλ δεν συμπεριλαμβάνονται στον πίνακα των ταμειακών ροών αλλά στο συνολικό κεφάλαιο της επένδυσης. Ο υπολογισμός του ετήσιου κόστους λειτουργίας απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή σε περιπτώσεις χρήσης πληθωριστικών τιμών με άλλο ρυθμό αύξησης όπως καύσιμα, προσωπικό κτλ.

5.2.14 ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

Η απόσβεση δεν περιλαμβάνεται στον πίνακα των ταμειακών ροών, αποτελεί τη λογιστική διαπίστωση της πρόκλησης ζημιάς των παγίων στοιχείων με την χρήση τους με την πάροδο του χρόνου και ακολουθούν σταθερό τρόπο υπολογισμού. Η απόσβεση είναι η αφαίρεση ποσού από τα ακαθάριστα κέρδη ετησίως μέχρι να ισοσκελιστεί η αξία κτήσης των παγίων στοιχείων με το άθροισμα των ετήσιων αποσβέσεων.

Ο τρόπος υπολογισμού των αποσβέσεων επηρεάζει όμως τα καθαρά κέρδη άρα και τη συνολική αξιολόγηση της επένδυσης.

5.2.15 ΤΟΚΟΙ ΚΑΙ ΧΡΕΩΛΥΣΙΑ

Οι τόκοι είναι το κόστος του δανειακού κεφαλαίου και όπως έχει προαναφερθεί επηρεάζεται από το ύψος του κεφαλαίου, από τα έτη αποπληρωμής και από το επιτόκιο. Τα τοκοχρεωλύσια αναφέρονται στην ετήσια δόση αποπληρωμής του κεφαλαίου.

5.2.16 ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΕΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΚΑΙ ΦΟΡΟΙ

Οι εκάστοτε φορολογικές διατάξεις είναι ποικίλες και δαιδαλώδεις. Οι φόροι επιβάλλονται επί των κερδών των επιχειρήσεων. Όταν μια επιχείρηση είναι ζημιογόνα δεν επιβάλλονται φόροι. Οι φόροι αντιστοιχούν σε ένα ποσοστό του φορολογητέου εισοδήματος όταν αφαιρεθούν από αυτό οι αποσβέσεις και οι τόκοι από τα μεικτά κέρδη. Επειδή ο υπολογισμός των φόρων επηρεάζει την απόδοση μιας επένδυσης είναι σημαντικό να λαμβάνονται υπόψη οι εκάστοτε φορολογικές διατάξεις και να εφαρμόζονται με προσοχή.

5.2.17 ΒΑΣΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Τα βασικά κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων είναι δύο:

A) το κριτήριο της καθαρής παρούσης αξίας

Net present value (NPV)

B) το κριτήριο της εσωτερικής απόδοσης επί του κεφαλαίου

Internal rate of return (IRR)

ΠΙΝΑΚΑΣ 32

	Κέρδη προς διάθεση	Αποσβέσεις	Καθαρές Ταμειακές Ροές
1ος Χρόνος	629.683,00	900.750,00	1.530.433,00
2ος Χρόνος	1.203.276,00	945.750,00	2.149.026,00
3ος Χρόνος	1.749.649,00	993.000,00	2.742.649,00
4ος Χρόνος	2.268.847,00	1.042.612,00	3.311.459,00
5ος Χρόνος	2.283.081,00	1.094.705,00	3.377.786,00

5.2.18 Η ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ (ΚΠΑ)

Η καθαρά παρούσα αξία ορίζεται ως η εξής διαφορά:

Παρούσα αξία ετήσιων εισοδημάτων - παρούσα αξία ετήσιων εξοδων

Και απεικονίζεται με τον ακόλουθο μαθηματικό τύπο:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \frac{ΚΤΡ_t}{(1 + \varepsilon)^t} - P_0$$

Όπου

ΚΤΡ είναι η καθαρή ταμειακή ροή

ε είναι το επιτόκιο

n είναι ο συνολικός χρόνος της επένδυσης (διάρκεια ζωής της επένδυσης)

t είναι συγκεκριμένο έτος επένδυσης

P_0 είναι το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης

Για το πρώτο έτος

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^{15} \frac{1.530.433,00}{(1 + 0,051)^1} - 9.955.000 = 12.091.329,08$$

Για το δεύτερο έτος

$$ΚΠΑ = \sum_{t=2}^{15} \frac{2.149.026,00}{(1 + 0,051)^2} - 9.955.000 = 18.864.218,21$$

Για το τρίτο έτος

$$ΚΠΑ = \sum_{t=3}^{15} \frac{2.742.649,00}{(1 + 0,051)^3} - 9.955.000 = 13.228.814,67$$

Για το τέταρτο έτος

$$ΚΠΑ = \sum_{t=4}^{15} \frac{3.311.459,00}{(1 + 0,051)^4} - 9.955.000 = 15.184.602,34$$

Και για το πέμπτο έτος:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=5}^{15} \frac{3.377.786,00}{(1 + 0,051)^5} - 9.955.000 = 12.919.785,28$$

ΚΠΑ					
Υ/ΚΤΡ	1.530.433,00	2.149.026,00	2.742.649,00	3.311.459,00	3.377.786,00
	για το 1ο έτος	για το 2ο έτος	για το 3ο έτος	για το 4ο έτος	για το 5ο έτος
1	1.522.667,40				
2	1.514.941,20	2.127.272,49			
3	1.507.254,20	2.116.478,45	2.362.447,05		
4	1.499.606,21	2.105.739,18	2.247.808,80	2.713.991,72	
5	1.491.997,02	2.095.054,40	2.138.733,39	2.582.294,69	2.634.016,86
6	1.484.426,45	2.084.423,84	2.034.950,90	2.456.988,29	2.506.200,63
7	1.476.894,29	2.073.847,22	1.936.204,47	2.337.762,40	2.384.586,71
8	1.469.400,35	2.063.324,27	1.842.249,73	2.224.321,98	2.268.874,13
9	1.461.944,43	2.052.854,71	1.752.854,17	2.116.386,28	2.158.776,53
10	1.454.526,34	2.042.438,27	1.667.796,55	2.013.688,19	2.054.021,43
11	1.447.145,90	2.032.074,69	1.586.866,36	1.915.973,54	1.954.349,60
12	1.439.802,91	2.021.763,70	1.509.863,33	1.823.000,51	1.859.514,37
13	1.432.497,17	2.011.505,02	1.436.596,89	1.734.539,02	1.769.281,04
14	1.425.228,50	2.001.298,40	1.366.885,72	1.650.370,14	1.683.426,30
15	1.417.996,72	1.991.143,57	1.300.557,30	1.570.285,58	1.601.737,68
ΣΥΝ	22.046.329,08	28.819.218,21	23.183.814,67	25.139.602,34	22.874.785,28
ΕΤΟΣ					
1	12.091.329,08				
2	18.864.218,21				
3	13.228.814,67				
4	15.184.602,34				
5	12.919.785,28				

5.2.19 Ο ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (EBA)

Ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης επί του κεφαλαίου ορίζεται ως το επιτόκιο που εξισώνει την αρχική επένδυση με την αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών. Καθορίζεται από τον πίνακα και τα δεδομένα του πίνακα ταμειακών ροών. Το προεξοφλητικό επιτόκιο από την άλλη επηρεάζεται και καθορίζεται από τον επενδυτικό φορέα. Ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης μαθηματικά ορίζεται ως:

$$ΚΠΑ = 0 = \sum_{t=1}^n \frac{KTP_t}{(1 + EBA)^t} - P_0$$

	EBA	8,71648%		
t				
1	1.407.728,56			
2	1.818.238,60			
3	2.134.440,41			
4	2.370.488,15			
5	2.224.104,25			
	9.954.999,97	9.955.000,00	-0,03	

EBA το επιτόκιο που καθιστά την ΚΠΑ=0

ΚΠΑ ή EBA

Σε γενικές γραμμές όταν

ΚΠΑ>0 ή EBA>0 η επένδυση θεωρείται συμφέρουσα

Όταν

ΚΠΑ=0 ή EBA= ελάχιστο αποδεκτό επιτόκιο προεξόφλησης η επένδυση είναι οριακή

Όταν

ΚΠΑ<0 ή EBA< ελάχιστο αποδεκτό επιτόκιο προεξόφλησης η επένδυση απορρίπτεται

Δεν θα μπορούσαμε να επιλέξουμε το ένα ή το άλλο. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις μεταβλητές του πίνακα ταμειακών ροών διότι συνήθως οι μεταβλητές δεν

ορίζονται με ακρίβεια λόγω κάποιας αβεβαιότητας που υπάρχει. Όσο πιο ακριβή καθαρή αξία ταμειακής ροής έχουμε τόσο πιο αξιόπιστα αποτελέσματα θα εξάγουμε.

5.2.20 ΑΛΛΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Μερικά άλλα κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων που χρησιμοποιούνται είναι ο λόγος οφέλους-κόστους και ο συνολικός βαθμός απόδοσης.

5.2.21 ΛΟΓΟΣ ΟΦΕΛΟΥΣ-ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Ο λόγος κόστους οφέλους (benefit cost ratio) γνωστός και ως λόγος παρούσας αξίας (ΛΠΑ) ορίζεται ως:

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=1}^n TP_t(1 + \varepsilon)^{-t} / P_0$$

Όπου

ε το επιτόκιο προεξόφλησης

TP η ταμειακή ροή το έτος t

Όταν $\Lambda\text{ΠΑ} > 1$ η επένδυση θεωρείται συμφέρουσα και εγκρίνεται

Όταν $\Lambda\text{ΠΑ} < 1$ η επένδυση απορρίπτεται

Όταν $\Lambda\text{ΠΑ} = 1$ η επένδυση θεωρείται οριακή

Για το πρώτο έτος:

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=1}^{15} \frac{1.530.433,00(1 + 0,051)^{-1}}{9.955.000,00} = 1,58$$

Για το δεύτερο έτος

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=2}^{15} \frac{2.149.026,00(1 + 0,051)^{-2}}{9.955.000,00} = 2,74$$

Για το τρίτο έτος

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=3}^{15} \frac{2.742.649,00(1 + 0,051)^{-3}}{9.955.000,00} = 2,33$$

Για το τέταρτο έτος

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=4}^{15} \frac{3.311.459,00(1 + 0,051)^{-4}}{9.955.000,00} = 2,53$$

Για το πέμπτο έτος

$$\Lambda\text{ΠΑ} = \sum_{t=5}^{15} \frac{3.377.786,00(1 + 0,051)^{-5}}{9.955.000,00} = 2,30$$

ΛΠΑ						
t	για το 1ο έτος	για το 2ο έτος	για το 3ο έτος	για το 4ο έτος	για το 5ο έτος	
1	0,15					
2	0,14	0,20				
3	0,13	0,20	0,24			
4	0,13	0,20	0,23	0,27		
5	0,12	0,20	0,21	0,26	0,26	
6	0,11	0,20	0,20	0,25	0,25	0,26
7	0,11	0,20	0,19	0,23	0,24	0,25
8	0,10	0,20	0,19	0,22	0,23	0,24
9	0,10	0,20	0,18	0,21	0,22	0,23
10	0,09	0,20	0,17	0,20	0,21	0,22
11	0,09	0,20	0,16	0,19	0,20	0,21
12	0,08	0,20	0,15	0,18	0,19	0,20
13	0,08	0,20	0,14	0,17	0,18	0,19
14	0,08	0,20	0,14	0,17	0,18	0,19
15	0,07	0,20	0,13	0,16	0,17	0,18
ΣΥΝ	1,58	2,74	2,33	2,53	2,30	

Ο Συνολικός Βαθμός Απόδοσης (ΣΒΑ) ή αλλιώς overall rate of return ισούται

ΣΒΑ=ΛΠΑ-1

Και ορίζεται ως:

$$\Sigma BA = ([\sum_{t=1}^n TP_t(1 + \varepsilon)^{-t}] - P_0)/P_0$$

ΣΒΑ	
t	
1	1.456.168,41
2	1.945.522,41
3	2.362.447,05
4	2.713.991,72
5	2.634.016,86
ΣΥΝ	11.112.146,45

P₀	9.955.000,00	
ΛΠΑ	ΣΥΝ/ P ₀	= 1,12
ΣΒΑ	(ΣΥΝ-P ₀) / P ₀	= 0,12

Όταν ΣΒΑ>0 η επένδυση εγκρίνεται.

5.2.22 ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΑΚΤΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Θεωρείται η χρονική περίοδος για να καλυφθεί η αρχική δαπάνη της επένδυσης. Βέβαια το εν λόγω κριτήριο δεν λαμβάνει υπόψη του τη διαχρονική αξία του χρήματος.

5.2.23 ΟΜΟΙΟΜΟΡΦΟ ΕΤΗΣΙΟ ΙΣΟΔΥΝΑΜΟ ΚΟΣΤΟΣ

Η λογική με την οποία ένα χαμηλό κόστος επένδυσης ισοδυναμεί μια πιο προσοδοφόρα και βιώσιμη επένδυση στο μέλλον δημιούργησε το επικουρικό κριτήριο αξιολόγησης επένδυσης το ομοιόμορφο ετήσιο ισοδύναμο κόστος. Το συνολικό ετήσιο ισοδύναμο κόστος = (κόστος κεφαλαίου χ συντελεστή ανάκτησης κεφαλαίου) + καθαρά ετήσια κόστη λειτουργίας και συντήρησης

$$\text{Συνολικό ετήσιο κόστος} = P_0 \left(\frac{r(1+r)^n}{(1+r)^n - 1} \right) + OC$$

Όπου

r επιτόκιο προεξόφλησης

OC συνολικά καθαρά κόστη λειτουργίας και συντήρησης

5.2.24 ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

5.2.24.1 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ

Ο πληθωρισμός είναι όπως έχουμε ήδη προαναφέρει η μείωση της αγοραστικής αξίας των χρημάτων. Ο πληθωρισμός επηρεάζει τις ταμειακές ροές μια που τα εκτιμώμενα έσοδα έξοδα επηρεάζονται από τις διακυμάνσεις αντίστοιχα του πληθωρισμού. Ο ρυθμός αύξησης των τιμών δεν είναι ίδιος για όλα τα αγαθά και για αυτό τον λόγο απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στις μεταβλητές του πίνακα των ταμειακών ροών.

5.2.25 ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ ΣΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΚΑΙ ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ ΤΙΜΕΣ

Για να καταρτιστεί ο πίνακας των ετήσιων ταμειακών ροών τα μεγέθη θα πρέπει να είναι είτε σε ονομαστικές ή τρέχουσες τιμές στο έτος που πρόκειται να πραγματοποιηθούν είτε σε σταθερές ή πραγματικές τιμές δηλαδή στο έτος $t=0$. Όταν χρησιμοποιούνται οι τρέχουσες τιμές θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στον πληθωρισμό. Σε αυτή την περίπτωση χρησιμοποιείται ο γενικός δείκτης καταναλωτών.

5.2.26 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΕ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΚΑΙ ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ ΤΙΜΕΣ

Η σωστή αξιολόγηση μιας επένδυσης προϋποθέτει την τήρηση ενός βασικού κανόνα:

Όταν η καθαρή ταμειακή ροή είναι εκφρασμένη σε σταθερές τιμές θα πρέπει τα επιτόκια αξιολόγησης να είναι επίσης εκφρασμένα σε σταθερές τιμές. Αντίστοιχα όταν η καθαρή ταμειακή ροή είναι εκφρασμένη σε τρέχουσες τιμές θα πρέπει τα επιτόκια αξιολόγησης να είναι σε τρέχουσες τιμές επίσης.

5.2.27 Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΠΙΤΟΚΙΟΥ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ

Ο προσδιορισμός του ύψους του επιτοκίου προεξόφλησης (ελάχιστης αποδεκτής απόδοσης) επηρεάζεται και εξαρτάται από το ρίσκο της επένδυσης την εκάστοτε χρονική στιγμή και το κόστος ευκαιρίας του κεφαλαίου. Στηρίζεται στην κρίση του επενδυτή.

5.2.28 ΜΕΣΟ ΣΤΑΘΜΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Το συνολικό κόστος κεφαλαίων της εταιρίας συνυπολογίζοντας την αξία και την αναλογία κάθε πηγής χρηματοδότησης είναι:

$$\varepsilon_{στ} = \frac{I}{I + \Delta} * K_1 + \frac{\Delta}{I + \Delta} * K_{\Delta} * (1 - \Sigma\Phi)$$

Όπου

$\varepsilon_{στ}$ το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου

I η αξία των ιδιωτικών κεφαλαίων

K_1 το κόστος των ιδιωτικών κεφαλαίων

Δ η αξία των δανειακών κεφαλαίων

K_{Δ} το κόστος των δανειακών κεφαλαίων

$\Sigma\Phi$ ο συντελεστής φορολόγησης

	Κόστος Επένδυσης	9.955.000,00	ΕΤΗ	15,00	Επιτόκιο	0,06	
	Ταμειακές Ροές	Απόδοση					
1ος Χρόνος	1.530.433,00	1.443.804,72					
2ος Χρόνος	2.149.026,00	1.912.625,49	ΚΠΑ =	ΑΠΟΔΟΣΗ 10.806.275,08	-	ΑΡΧΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ 9.955.000,00	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 851.275,08
3ος Χρόνος	2.742.649,00	2.302.780,99					
4ος Χρόνος	3.311.459,00	2.622.985,69	ΚΠΑ =				
5ος Χρόνος	3.377.786,00	2.524.078,19					
	13.111.353,00	10.806.275,08					

I	Αξία Ιδιωτικών Κεφαλαίων	3.484.250,00
K1	Το κόστος Ιδιωτικών κεφαλαίων	3,00%
Δ	Αξία των Δανειακών Κεφαλαίων	6.470.750,00
Kδ	Κόστος Δανειακών Κεφαλαίων	5,10%
ΣΦ	Συντελεστής Φορολόγησης	30,00%
	Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου	
	3,37%	

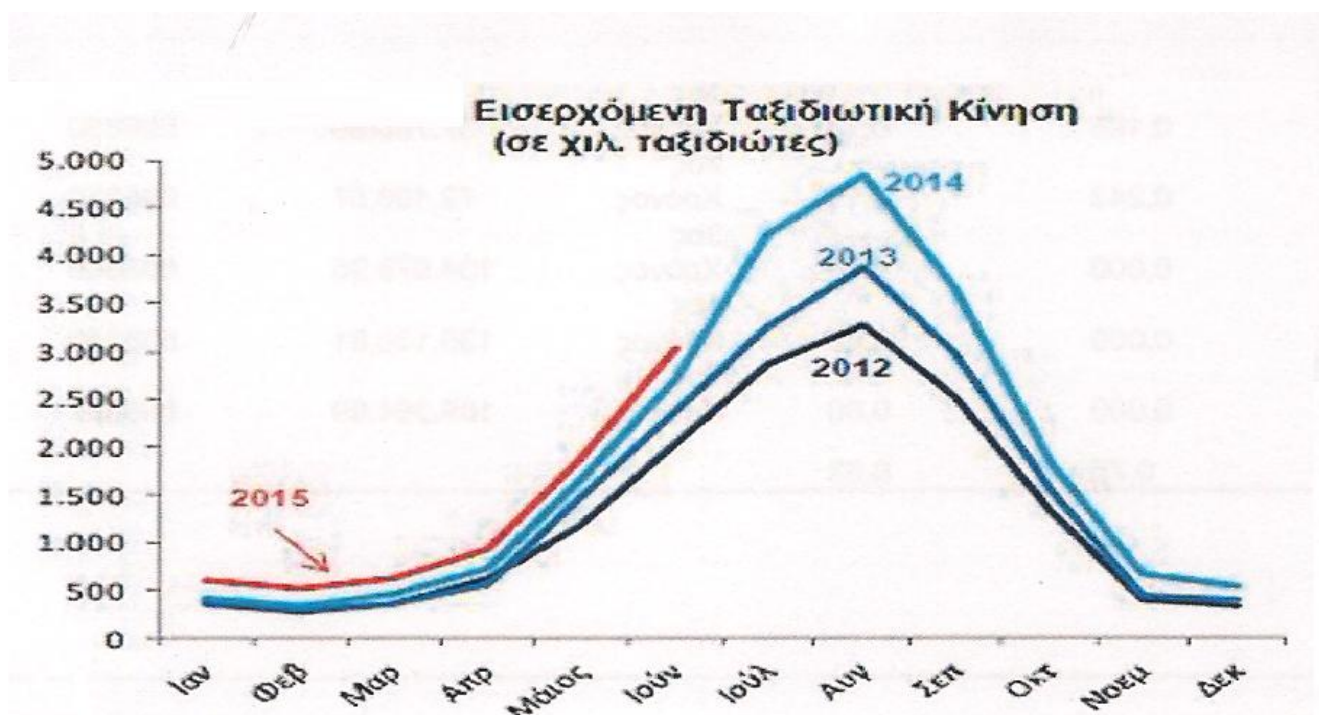
	Κέρδη προς διάθεση	Αποσβέσεις	Καθαρές Ταμειακές Ροές	Υπολοιπο Κεφ Επένδυσης	9.955.000,00
1ος Χρόνος	629.683,00	900.750,00	1.530.433,00	8.424.567,00	
2ος Χρόνος	1.203.276,00	945.750,00	2.149.026,00	6.275.541,00	
3ος Χρόνος	1.749.649,00	993.000,00	2.742.649,00	3.532.892,00	
4ος Χρόνος	2.268.847,00	1.042.612,00	3.311.459,00	221.433,00	
5ος Χρόνος	2.283.081,00	1.094.705,00	3.377.786,00	-3.156.353,00	
15ος Χρόνος	0,00	0,00	0,00	4,07	Αρα χρόνος Επιστροφής Κεφαλαίου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα γενικότερα φαίνεται να έχει ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια και καλές προοπτικές για το μέλλον.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 22



ΠΗΓΗ: Τράπεζα της Ελλάδος

Όπως φαίνεται και από το παραπάνω διάγραμμα η τουριστική κίνηση είναι αυξημένη για όλους τους μήνες του χρόνου. Το τέλος του 2015 και οι αρχές του 2016 έχουν βέβαια στιγματιστεί με την οικονομική και προσφυγική κρίση.

Όπως όμως δείχνουν οι μελέτες του ΣΕΤΕ και άλλων οργανισμών με σωστή παρεμβατική κρατική πολιτική και σύμπραξη του ιδιωτικού με του δημόσιου τομέα οι προοπτικές του τουρισμού μπορούν ακόμη και να βελτιωθούν. Η αξιοποίηση λιμανιών και αεροδρομίων , για παράδειγμα στην Εύβοια, μπορούν να μεταμορφώσουν τουριστικούς

προορισμούς στην Ελλάδα. Πολλά κρουαζιερόπλοια θα μπορούσαν να ελλιμενιστούν στην χώρα μας δίνοντας κίνηση στην εγχώρια αγορά μας και στις τουριστικές επιχειρήσεις. Η αξιοποίηση και ανακαίνιση των αεροδρομίων με την εισαγωγή νέων αερογραμμών και εταιριών μπορεί επίσης να μεταμορφώσει την τουριστική και συνεπώς και την οικονομική εικόνα της χώρας μας. Η κάθε περιοχή βέβαια θα πρέπει να εστιάσει στο δικό της συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες περιοχές της χώρας ώστε να αποφύγουμε την ομοιογένεια του τουριστικού προϊόντος και να παρέχουμε σχεδόν όλα τα είδη του τουρισμού κερδίζοντας μεγαλύτερο κομμάτι της παγκόσμιας τουριστικής πίτας. Η εξειδίκευση του προσωπικού είναι αυτή που θα διασφαλίσει την υψηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών.

Με το σωστό μάρκετινγκ και τη συνεργασία με τον ΕΟΤ μπορούμε να «δημιουργήσουμε» όνειρα στους υποψήφιους μελλοντικούς τουρίστες της χώρας μας δίνοντάς τους τις σωστές εικόνες και τα σωστά ερεθίσματα μέσω της τουριστικής προβολής. Σε κάθε περίπτωση ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούσαν ανέκαθεν τις κινητήριες οικονομικές δυνάμεις της χώρας, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι και πρωτογενής τομέας των αγροτικών προϊόντων δεν κατέχει εξίσου σημαντική θέση. Η βελτίωση του τουρισμού με βάση και τον multiplier effect θα τονώσει τη πορεία και τη βιωσιμότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, του τουριστικού τομέα και άρα και της γενικότερης ελληνικής οικονομίας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο **τουρισμός** είναι η ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας. Είναι ο κλάδος που –με συμμετοχή που υπερβαίνει το 17% του ΑΕΠ– στις δύσκολες ώρες της κρίσης μας κράτησε όρθιους. Παρ' όλα αυτά, το ελληνικό τουριστικό μας προϊόν έχει χρόνιες πληγές, οι οποίες δυστυχώς αποτελούν τροχοπέδη για την περαιτέρω και πιο ορθολογική ανάπτυξή του. Ας δούμε όμως τις κύριες αδυναμίες που έχει σήμερα ο ελληνικός τουρισμός:

- ❖ **Ανιση γεωγραφική κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας.** Η τουριστική προσφορά έχει συγκεντρωθεί σε συγκεκριμένες περιφέρειες της χώρας, με κύριους αποδέκτες τα νησιά και τις παραθαλάσσιες περιοχές (περίπου οι μισές ξενοδοχειακές μονάδες ευρίσκονται στην Κρήτη, τα Δωδεκάνησα και τη Στερεά Ελλάδα), με αποτέλεσμα να παρουσιάσουν έντονο κορεσμό. Ελλάδα όμως δεν είναι μόνο η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Β. Κρήτη και η Κέρκυρα. Την ίδια στιγμή, άλλες περιοχές, όπως η Β. Ελλάδα, η Ν. Κρήτη και αμέτρητα νησιά παραμένουν τουριστικά αναξιοποίητα. Όσοι έχουν ταξιδέψει σε αυτές τις περιοχές θα καταλάβουν τι εννοώ.
- ❖ **Ανεπαρκείς υποδομές** σε αεροδρόμια, λιμάνια, οδικά δίκτυα καθώς και σε μια σειρά από υποστηρικτικές υποδομές (γήπεδα γκολφ, μαρίνες, μουσεία, συνεδριακά κέντρα,

θεματικά πάρκα, χιονοδρομικά κέντρα, χημικές τουαλέτες κ.λπ.). Μόλις πέρυσι, τέσσερα ελληνικά αεροδρόμια ψηφίστηκαν ανάμεσα στα 10 χειρότερα της Ευρώπης. Αν εξαιρέσουμε ορισμένους βασικούς οδικούς άξονες, το περιφερειακό οδικό δίκτυο παραμένει τριτοκοσμικό. Ας μην μιλήσουμε για νοσοκομεία, όπου μόλις το 2016 η Σαντορίνη, που φιλοξενεί μερικές εκατοντάδες χιλιάδες ταξιδιώτες κάθε χρόνο, απέκτησε νοσοκομείο.

- ❖ **Ανεκμετάλλευτες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.** Η έλλειψη των υποδομών που μόλις αναφέραμε μας περιορίζει στο παραδοσιακό μοντέλο των «τριών S» (Sea, Sun, Sand), το οποίο όμως προσφέρουν και οι κύριοι ανταγωνιστές μας. Διαχρονικά δείχνουμε ανίκανοι να αξιοποιήσουμε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής της χώρας μας. Περιπατητικός, γαστρονομικός, καταδυτικός, αναρριχητικός, αγροτουρισμός, αθλητικός, ιατρικός, ιαματικός είναι μόνο κάποια είδη τουρισμού που θα μπορούσαμε να είχαμε θέσει ήδη τις βάσεις για να τα αναδείξουμε.
- ❖ **Αναξιοποίητο πολιτιστικό προϊόν.** Μία χώρα με τόσο πλούσια ιστορία σαν την Ελλάδα, γεμάτη με διάσπαρτα μνημεία που δημιουργήθηκαν ανά τους αιώνες, θα μπορούσε κάλλιστα να ζει από τον πολιτισμό. Αναφέρομαι κυρίως στην κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα περισσότερα μουσεία μας ή οι αρχαιολογικοί χώροι (π.χ. δημοσιούπαλληλικό ωράριο, φτωχό πληροφοριακό υλικό, αναξιοποίητες νέες τεχνολογίες). Να αναφέρω μόνο δύο πρόσφατες ανακαλύψεις όπως η Αμφίπολη και ο τάφος του Αριστοτέλη, οι οποίες δυστυχώς δεν αναμένεται, όπως τόσες άλλες, να αξιοποιηθούν. Δεν είναι τυχαίο ότι όταν ένα στέλεχος μεγάλου γερμανικού τουριστικού οργανισμού, είδε την Ακαδημία Πλάτωνος είπε ότι *«εμείς θα βγάζαμε εκατομμύρια κάθε χρόνο μόνο από αυτό»*.
- ❖ **Έντονη εποχικότητα αλλά και αυξανόμενη επιρροή των μεγάλων διεθνών Tour Operator.** Σχεδόν το 50% των τουριστών επισκέπτεται τη χώρα μας κατά το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου, όντας η χώρα με τη μεγαλύτερη εποχικότητα σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές της, με οτιδήποτε αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την υγιή ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Την ίδια σχεδόν εποχή δραστηριοποιούνται και οι Tour Operators, τα συμφέροντα των οποίων, φυσικά, δεν συνάδουν με αυτά των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Εκμεταλλευόμενοι την ηγετική τους θέση, πιέζουν τους ξενοδόχους για όλο και χαμηλότερες τιμές, με αποτέλεσμα οι τελευταίοι να «στραγγαλίζονται» οικονομικά.

- ❖ **Ανεκπαιδευτο προσωπικό και έλλειψη επαγγελματισμού.** Η έλλειψη πανεπιστημίου ή σοβαρών ιδιωτικών σχολών, με ελάχιστες μόνο εξαιρέσεις, με ειδίκευση στον τουρισμό, η πρόσληψη προσωπικού με αποκλειστικό γνώμονα το κόστος , χωρίς να υπάρχει διάθεση για επανεπένδυση μέρους των κερδών (π.χ. ανακαινίσεις, επενδύσεις) ή για τη διατήρηση πιστής πελατείας, αποτελούν πλήγμα για τη φήμη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.
- ❖ **Τα κρούσματα αισχροκέρδειας** Η συστηματική φοροδιαφυγή όπως η μη έκδοση αποδείξεων (που μεταξύ άλλων δημιουργεί συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού), η έλλειψη σοβαρού ελεγκτικού μηχανισμού, καθώς και η νοοτροπία μερίδας των επαγγελματιών (και εργαζομένων) του τουρισμού που αρέσκονται να απασχολούνται μόνο μερικούς μήνες, φανερώνουν αν μη τι άλλο έλλειμμα επαγγελματισμού.
- ❖ **Έμφαση στην ποσότητα, όχι στην ποιότητα.** «Πρέπει να προσελκύσουμε ποιοτικό τουρισμό» είναι η μόνιμη επωδός. Το ακούω χρόνια. Ελάχιστα όμως έχουν γίνει (με εξαίρεση την ίδρυση πληθώρας πεντάστερων ξενοδοχείων). Πριν ένα μήνα πήγα στα Χανιά, τα οποία είχαν αρκετό τουρισμό. Τα ξενοδοχεία σχεδόν γεμάτα, τα λεωφορεία επίσης, όμως ο κόσμος αυτός δεν ξοδεύει, καθώς τα έχει προπληρώσει όλα (all inclusive). Τι τουρισμό, αλήθεια, να περιμένει κάποιος από τουρίστες που έχουν πληρώσει 300 ευρώ για 7 ημέρες (όλα πληρωμένα, ακόμη και τα αεροπορικά εισιτήρια); Τι σημασία έχει αλήθεια αν προσελκύσουμε 25 ή 30 εκατομμύρια τουρίστες φέτος; Το πρόβλημα είναι ότι δεν προσελκύουμε τον ποιοτικό τουρίστα, που θα βάλει βαθιά το χέρι στην τσέπη και θα ξοδέψει.
- ❖ **Έλλειψη οράματος και στόχων** . Αν σε όλα αυτά μπορούν να προστεθούν και οι χρόνιες αγκυλώσεις του Ε.Ο.Τ (χαμηλοί διαφημιστικοί προϋπολογισμοί αμφιβόλου αποτελεσματικότητας, ανεπαρκής παρουσία σε χώρες του εξωτερικού , διαφορετικά πρόσωπα έχουν περάσει από την πολιτική ηγεσία του ελληνικού τουρισμού και δεν έχουν καμία σχέση με τον τουρισμό κ.λπ.) και ιδιαίτερα η έλλειψη οράματος – στόχων .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ Αυλωνίτης Γ., Παπασταθοπούλου Π., (2004), «Διοίκηση Προϊοντικού Χαρτοφυλακίου»
- ❖ Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαριτης Κώστας, 2004, Τουρισμός Βασικές Έννοιες
- ❖ Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π., *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη*, εκδ. Κριτική, Αθήνα, 2001.
- ❖ Δ. Λαγός, "Ο Τουρισμός ως Παράγοντας Προώθησης της Περιφερειακής Ανάπτυξης". Επιθεώρηση Αστικών και Περιφερειακών Μελετών ΤΟΠΟΣ. Τεύχος 14/1998, σελ. 47-65.
- ❖ Δ. Λαγός, Ε. Κοντογεώργος, "Η συμβολή των υποδομών στην προώθηση της ελληνικής τουριστικής ανάπτυξης". ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ. Τεύχος 1, 2003, σελ. 75-85. 21
- ❖ Δ. Λαγός, "Οι Οικονομικές Επιπτώσεις της Ευρωπαϊκής Ολοκλήρωσης στον Ελληνικό Τουρισμό". Επιθεώρηση Αστικών και Περιφερειακών Μελετών
- ❖ Λαγός, Δ., 2005, Τουριστική Οικονομική, εκδ. Κριτική Robert Christie Mill and Alastair M. Morrison, 1992, The tourism system: An introductory Text, Prentice Hall
- ❖ Μελέτη-Εμπειρογνωμοσύνη με τίτλο «Μελέτη καταγραφής και συγκριτικής αξιολόγησης του φορολογικού πλαισίου που διέπει τις τουριστικές επιχειρήσεις τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς», που εκπόνησε η εταιρεία TMS A.E. ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ.
- ❖ Μυλονόπουλος Δημήτρης & Κοντουδάκη Αικατερίνη, 2007, Η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα στην τουριστική προβολή: το σκανδιναβικό παράδειγμα, e-Περιοδικό Επιστήμης και Τεχνολογίας
- ❖ Παπανίκος Γρ., 2009, Κάμψεις και κρίσεις στον ελληνικό τουρισμό από το 1951 έως σήμερα, Αθήνα, Εκδόσεις Ακαδημίας Τουριστικών Μελετών και ερευνών .
- ❖ Πατσουράτης Β. ,2000, Η φορολογική επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος, Αθήνα, ΟΠΑ
- ❖ Πατσουράτης Β. , 2002, Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα

- ❖ Σπιλάνης Ι, 1995, Τουρισμός & Περιβάλλον στις Νησιωτικές Περιφέρειες, Ομιλία-Παρουσίαση σε Συνέδριο, Ηράκλειο Κρήτης
- ❖ Σκουλάς Ν., (2009), «Τρισδιάστατη η κρίση στον Ελληνικό τουρισμό», διαθέσιμο στο <http://traveldailynews.gr/columns/article/1749>
- ❖ Τσάρτας Π, Τουρισμός και Αγροτική Πολυδραστηριότητα, Μελέτη ΙΙΙ, Έρευνα για τα χαρακτηριστικά της απασχόλησης, ΕΚΚΕ, Αθήνα 1991
- ❖ Χατζηβγέρης, Κ., 2003, Η έννοια του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού-φέρουσα ικανότητα, users.teilar.gr/hatzivgeris/link_files/kyklos-zois.doc, 15-5-2012

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ❖ Andreas Patheodorou, M. Stabler and M.T. Sinclair, 2010, The economics of tourism, Routledge
- ❖ Buhalis D., 2003, e Tourism: information technology for strategic tourism management, Pearson, Prentice Hall
- ❖ Buhalis D. & Ujma D., 2005, Tourism intermediaries and value creation, international scientific conference: Tourism in scientific research
- ❖ Buhalis D., Laws E., 2001, Tourism Distribution Channels
- ❖ Gee-Makens-Choyd, 2001, Τουριστική και Ταξιδιωτική Βιομηχανία, ΕΛΛΗΝ, Αθήνα
- ❖ Jafar Jafari, 1977, Tourism models: the sociocultural aspects, journal tourism management, volume 8, issue 2
- ❖ <https://www.fi.edu/laureates/norman-r-augustine>
- ❖ Vellas F., 2007, The indirect impact of tourism and economic analysis, Toulouse University

ΝΟΜΟΙ

- 🚩 Ν.3712/2008
- 🚩 Ν.4046/2012
- 🚩 Ν.4254/2014
- 🚩 Ν.4276/2014
- 🚩 Π.Δ. 112/2014
- 🚩 ΠΔ 261/1997

ΕΓΓΡΑΦΑ - ΕΓΚΥΚΛΙΟΙ

- 🚩 Υπ'αριθμ.20585/20-12-07 έγγραφο Υπουργού Τουρισμού

- ✚ Υπουργείο Τουρισμού & ΕΟΤ, μεταρρυθμιστικές δράσεις, κυβερνητικό συμβούλιο Μεταρρύθμισης, 2013
- ✚ Υπουργείο Τουρισμού, έγγραφο 16996/31-7-2014,
- ✚ Υπουργείο Τουρισμού, Εγκύκλιος ΑΠ14840/25-10-12

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- ✚ www.enterprisegreece.gov.gr
- ✚ www.e-travelnews.gr
- ✚ www.gnto.es/online_stratigiki_EOT.pdf
- ✚ www.gnto.es/stratigiki_3etias.pdf
- ✚ www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pag
- ✚ www.fi.edu/laureates/norman-r-augustine
- ✚ www.naftemporiki.gr
- ✚ www.lifo.gr