



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα
Στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού

Διπλωματική Εργασία της Αναστασίας Μουαμελετζή
πτυχιούχου του τμήματος “Ναυτιλίας και Επιχειρηματικών
Υπηρεσιών” Πανεπιστημίου Αιγαίου

*«Αξιολόγηση του τουριστικού & ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα –
το leisure real estate ως παράγοντας κερδών των κλάδων αυτών -
προοπτικές & εξελίξεις»*

Επιβλέπων Καθηγητής: Δ. Κάμης

Πειραιάς, 2007

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ πολύ τον Καθηγητή μου, κύριο Δημήτρη Κάμπη για την καθοδήγηση του και την αμέριστη βοήθεια του καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής μου εργασίας!

Ευχαριστώ πολύ επίσης την οικογένεια μου και ιδιαίτερα τους γονείς μου για την ηθική και οικονομική στήριξη όλα αυτά τα χρόνια των σπουδών μου!

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

EXECUTIVE SUMMARY	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΣΚΟΠΟΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	10
ΔΟΜΗ ΜΕΛΕΤΗΣ	11
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	12
ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	14
1.1 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΑΛΑΙΟΤΗΤΑ.....	14
1.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΩΣ ΑΝΩ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΘΕΙΣΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	21
<i>1.2.1 Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία – συμβολή στο ΑΕΠ στην απασχόληση και στο ισοζύγιο πληρωμών</i>	<i>21</i>
<i>1.2.2 Οικονομικά αποτελέσματα ξενοδοχειακού κλάδου.....</i>	<i>26</i>
<i>1.2.2.1 Case study Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε. & Λάμψα Α.Ε.....</i>	<i>28</i>
<i>1.2.3 Οικονομικά αποτελέσματα των ξενοδοχείων της Αθήνας σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες.....</i>	<i>33</i>
1.3 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	36
1.4 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	42
1.5 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΒΑΣΕΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ ΚΑΙ ΝΟΜΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	46
1.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	52
ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ REAL ESTATE.....	52
2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ REAL ESTATE.....	52
2.2 ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ	57

2.3 ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ	59
2.4 Η ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ- PROJECTS ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΙ.....	62
2.5 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ REAL ESTATE ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	64
2.5.1 Ποια είναι τα real estate resort projects που έχουν γίνει στην Ελλάδα....	66
2.6 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗ ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΗ ΤΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	71
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	75
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	81
ΑΚΡΩΝΥΜΑ & ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	86

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1:	<i>Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2005</i>	17
Πίνακας 1.2:	<i>Παλαιότητα Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων</i>	20
Πίνακας 1.3:	<i>Κατανομή Της Απασχόλησης Κατά Κλάδους Δραστηριότητας (2005)</i>	23
Πίνακας 1.4:	<i>Σύνοψη Αριθμοδεικτών Κλάδου</i>	27
Πίνακας 1.5:	<i>Αποτελέσματα 2005 Ιονική Ξενοδοχειακή Α.Ε. – Λάμψα Α.Ε.</i>	29
Πίνακας 1.6:	<i>Δείκτες Αποδοτικότητας για Ιονική Ξενοδοχειακή Α.Ε. – Λάμψα Α.Ε.</i>	33
Πίνακας 1.7:	<i>Οι Κερδισμένοι και οι Χαμένοι της Ευρώπης το 2005</i>	34
Πίνακας 1.8:	<i>Παγκόσμια Κατάταξη 2005</i>	38
Πίνακας 1.9:	<i>Οι 10 Κορυφαίοι Προορισμοί σε Παγκόσμιο Επίπεδο 2000-2020</i>	39
Πίνακας 1.10:	<i>Γνωματεύσεις 2005-2006</i>	44
Πίνακας 2.1:	<i>Οι Επενδύσεις που Δρομολογούνται ανά την Ελλάδα</i>	69

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.1:	<i>Σύνολο Κλινών Ελλάδας ανά Κατηγορία (2006)</i>	15
Διάγραμμα 1.2:	<i>Ξενοδοχειακό Δυναμικό ανά Περιοχή για 5* & 4*</i>	16
Διάγραμμα 1.3:	<i>Παλαιότητα Ξενοδοχείων</i>	18
Διάγραμμα 1.4:	<i>Παλαιότητα Ξενοδοχείων ανά Κατηγορία</i>	19
Διάγραμμα 1.5:	<i>Παλαιότητα Ξενοδοχείων ανά Κατηγορία (2)</i>	19
Διάγραμμα 1.6:	<i>Συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ (% στο Συνολικό ΑΕΠ)</i>	22
Διάγραμμα 1.7:	<i>Συμβολή στην Απασχόληση (% στη Συνολική Απασχόληση)</i>	24

EXECUTIVE SUMMARY

Η παρούσα μελέτη στοχεύει στην καταγραφή της κατάστασης του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα κάνοντας μια εκτενή αναφορά στο τουριστικό real estate ως μία νέα μορφή προσέλκυσης εισερχόμενου τουρισμού και μία λύση στα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική ξενοδοχία και ο τουρισμός εν γένει. Η εν λόγω μελέτη βασίζεται στα στοιχεία των ετών 2005-2006 όμως λόγω δυσκολίας στην πρόσβαση ορισμένων στοιχείων έγιναν αναφορές και σε παλαιότερα έτη.

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους άξονες της ελληνικής οικονομίας και επηρεάζει την αναπτυξιακή δυναμική άλλων κλάδων. Ο τουρισμός συμβάλει στο ΑΕΠ σε ποσοστό 15,1%, στην απασχόληση σε ποσοστό 15,9% καθώς και επηρεάζει τη διαμόρφωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών, αντισταθμίζοντας το μεγάλο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου.

Ο ξενοδοχειακός κλάδος που αποτελεί έναν από τους βασικότερους συντελεστές, της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος απαρτίζεται, κατά ένα πολύ μεγάλο μέρος, από χαμηλής ποιότητας μονάδες. Την συντριπτική πλειοψηφία του ξενοδοχειακού ιστού της χώρας κατέχουν μικρές (μόνο το 8,3% του ξενοδοχειακού δυναμικού αντιστοιχεί σε ξενοδοχεία 5*), μεγάλης ηλικίας (μόνο το 9,6% των ξενοδοχειακών μονάδων είναι μετά το 2000), ζημιογόνες (ROE -1,1%, ΚΠΦ -3,4%) επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τροχοπέδη για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου και της τουριστικής οικονομίας εν γένει.

Ο τουριστικός και ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι δύο κλάδοι αλληλένδετοι και αλληλοεξαρτώμενοι. Τα προβλήματα στους κλάδους όπως η ποιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και τα προβλήματα που σχετίζονται με την εποχικότητα, το χωροταξικό σχεδιασμό, τη γραφειοκρατία έχουν λύσεις αλλά για να υλοποιηθούν χρειάζεται οργάνωση και συντονισμός από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

Η βελτίωση της ποιότητας και η ανάπτυξη των υφιστάμενων μικρομεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν και τον κορμό της ελληνικής ξενοδοχίας είναι απαραίτητη. Βάσει μάλιστα και του Αναπτυξιακού Νόμου δίνονται πολλά κίνητρα, ενισχύσεις και ισχυρή οικονομική στήριξη για την αναβάθμιση των υπαρχουσών μονάδων και τη βελτίωση κατά συνέπεια της ανταγωνιστικότητάς τους.

Οι ευεργετικές διατάξεις του Νόμου για τον Ιαματικό Τουρισμό και τις λοιπές διατάξεις αποτελούν άλλο ένα κίνητρο για τους ιδιοκτήτες πεπαλαιωμένων και συνεπώς ζημιωμένων ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίοι επιθυμούν να αλλάξουν τη χρήση τους δημιουργώντας ευοίωνες προοπτικές κερδοφόρας χρήσης (πχ εμπορικές ή στεγαστικές χρήσεις). Η στροφή προς τις παραθεριστικές κατοικίες και το τουριστικό real estate αποτελεί λύση και μία νέα πρόκληση για τους επιχειρηματίες του κλάδου που επιθυμούν να εισβάλουν στην τουριστική αγορά με ένα άκρως ανταγωνιστικό προϊόν. Η ανάπτυξη της τουριστικής κατοικίας θα οδηγήσει και σε ανάπτυξη τόσο των τοπικών κοινωνιών όσο και της εθνικής οικονομίας γενικότερα, καθώς θα εξασφαλίσει επαναλαμβανόμενο τουρισμό που με τη σειρά του εξασφαλίζει υψηλές πηγές εισοδημάτων.

Η στροφή προς τον εναλλακτικό τουρισμό, η αύξηση του εσωτερικού τουρισμού, η βελτίωση των υποδομών (δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια), ο χωροταξικός σχεδιασμός και η σωστή προώθηση και προβολή της Ελλάδας αποτελούν ορισμένους από τους άξονες δράσεις που θα έπρεπε να επικεντρωθούν η πολιτεία και όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς. Ο Αναπτυξιακός Νόμος, ο Νόμος για τον Ιαματικό Τουρισμό καθώς και το προωθούμενο Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού αποτελούν την απαρχή μίας προσπάθειας η οποία εντατικοποιούμενη μπορεί να θέσει τον ελληνικό τουρισμό σε κερδοφόρο κλάδο και πόλο ανάπτυξης της χώρας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας βασικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Ο κλάδος του τουρισμού, ένας από τους σημαντικότερους, δυναμικότερους και ανταγωνιστικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας, συμμετέχει καταλυτικά στη διαμόρφωση του εγχώριου προϊόντος και συνδέεται στενά με την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Αποτελεί μία από τις κυριότερες πηγές συναλλάγματος - οι τουριστικές εισπράξεις το 2006 έφτασαν τα 11.386,1 εκατ. ευρώ - καθώς συμβάλει και στην μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών.

Η Ελλάδα τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, θεωρείται ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς και καταλαμβάνει την 16^η θέση στις διεθνείς αφίξεις.

Η εξέλιξη του τουρισμού κατά τη διάρκεια των δεκαετιών οδηγεί σε αύξηση των αφίξεων και αυτή με τη σειρά της σε αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας. Το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής ξενοδοχίας αποτελείται από μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες ανήμπορες να ανταποκριθούν στις όλο και αυξανόμενες απαιτήσεις της τουριστικής ζήτησης. Τέτοιου είδους μονάδες εγκυμονούν κινδύνους υποβάθμισης της εκάστοτε περιοχής καθώς επίσης είναι ζημιογόνες και για τους ιδιοκτήτες τους.

Προκειμένου να προσελκύσει η χώρα καλύτερη ποιότητα τουριστών και να μεγαλώσει το μερίδιο αγοράς της από τη διεθνή ζήτηση χρειάζεται να βρεθεί το κατάλληλο μίγμα ΜΚΤ το οποίο να ανταποκρίνεται διαχρονικά στις ανάγκες του τουρισμού-αγοράς που απευθυνόμαστε διεθνώς. Ο συντονισμός των προσπαθειών τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα θα συμβάλει στην προβολή της χώρας μας καθώς επίσης και στην προβολή των αλλαγών αλλά και επιχειρηματικών ευκαιριών που υπάρχουν στον εν λόγω κλάδο.

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών υπόκεινται σε μεταβολές υπό την επίδραση της ανόδου του βιοτικού επιπέδου, αλλά και της προηγούμενης τουριστικής εμπειρίας. Έτσι το τουριστικό κοινό γίνεται πιο απαιτητικό ανεβάζοντας τον πήχη της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών και εν γένει του τουριστικού προϊόντος. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού. Πράγματι ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό τόσο από παραδοσιακούς

όσο και από ανερχόμενους προορισμούς. Έτσι λοιπόν για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας απαιτούνται δραστικά μέτρα τόσο από την πλευρά της πολιτείας όσο και από την πλευρά της τουριστικής επιχειρηματικής κοινότητας.

Η διαμόρφωση ενός σύγχρονου θεσμικού και νομικού πλαισίου φιλικού προς τον επενδυτή κρίνεται ως επιτακτική ανάγκη. Η έμφαση στην απλοποίηση και τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού και νομικού πλαισίου σε συνδυασμό με την επιτάχυνση των επενδύσεων εξυπηρετεί πολλούς στόχους στο πλαίσιο του στρατηγικού σχεδιασμού της Ελλάδας.

Ο τουρισμός αποτελεί πυλώνα της οικονομίας και της αναπτυξιακής πορείας της χώρας. Η δεκαετία που διανύουμε έχει πολλές προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπίσουμε, αλλά και ευκαιρίες που θα πρέπει να αξιοποιήσουμε. Η Ελλάδα έχει τεράστιες δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης καθώς είναι μία χώρα με ιστορία, με παράδοση, με πολιτιστική κληρονομία, αλλά και με φυσικό κάλλος εκμεταλλεύσιμη λοιπόν όλα αυτά τα στοιχεία της με την σύμπραξη όλων των αρμοδίων φορέων, μπορεί να εξελίξει το τουριστικό της προϊόν με βάση τις τάσεις της νέα εποχής και να το καταστήσει ανταγωνιστικό!

ΣΚΟΠΟΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Σκοπός της μελέτης είναι να καταγράψει, με σύντομο τρόπο, την κατάσταση του τουρισμού αλλά κυρίως των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Ελλάδας, όσον αφορά τα οικονομικά τους μεγέθη τον ανταγωνισμό και την επίδραση του νομοθετικού περιβάλλοντος στη λειτουργία τους. Παράλληλα η παρούσα διατριβή η οποία εκπονείται στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του ΠαΠει στον Τουρισμό αποσκοπεί στο να αναλύσει τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός και πιο συγκεκριμένα η ελληνική ξενοδοχία, προτείνοντας ενέργειες για τη βελτίωση και την ανάπτυξη του κλάδου.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΔΟΜΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η παρούσα μελέτη αναφέρεται αρχικά στη γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχειακών καταλυμάτων καθώς και στην παλαιότητά τους. Επίσης παρουσιάζεται η κατάσταση των επιχειρήσεων της ελληνικής ξενοδοχίας και η κατηγοριοποίησή τους.

Στην συνέχεια αναφέρεται η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ στην απασχόληση, καθώς και στο ισοζύγιο πληρωμών. Περιγράφεται η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων του κλάδου και λαμβάνεται ως παράδειγμα η ανάλυση δύο μεγάλων εταιριών, εισηγμένων στο ΧΑΑ, της Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε. και της Λάμψα Α.Ε. σε συνδυασμό με την ανάλυση της τουριστικής κίνησης των ξενοδοχείων της Αθήνας καθώς των εσόδων αυτών, σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες.

Ακολούθως αναλύεται η συγκριτική θέση του Ελληνικού Τουρισμού σε παγκόσμιο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, με αναφορές σε προτεινόμενες ενέργειες βελτίωσης του κλάδου στην Ελλάδα. Στα πλαίσια ανάλυσης του μίγματος ΜΚΤ εξετάζεται η σημασία του εσωτερικού τουρισμού για τον τουρισμό στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα του διαφημιστικού προγράμματος «Μένουμε Ελλάδα».

Με βάση τα ευρήματα και τη σημαντικότητα των διαδικασιών που ακολουθούνται για την αδειοδότηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στη χώρα μας ακολουθεί περιγραφή του νομοθετικού πλαισίου όσον αφορά τη διαδικασία αδειοδότησης και την κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Λόγω των κινήτρων που παρέχονται από τον Αναπτυξιακό Νόμο στις επενδύσεις, του κλάδου γίνεται εκτενής αναφορά συνδέοντας τις προοπτικές με τη παρούσα κατάσταση και τις διεθνείς τάσεις της αγοράς τουρισμού.

Τέλος παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της εργασίας αναλύοντας τις προοπτικές του τουρισμού στη χώρα μας και προτείνονται ορισμένες λύσεις, μεταξύ των οποίων και η μετατροπή υφισταμένων ζημιολόγων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε παραθεριστικές κατοικίες.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Λαμβάνοντας υπόψη μας την έλλειψη συγκέντρωσης στοιχείων που να αφορούν τον κλάδο και συνεπακόλουθα την αδυναμία διαχρονικής ανάλυσης του κλάδου και των προβλημάτων του, η παρούσα μελέτη αναφέρεται σε στοιχεία των ετών 2005 και 2006 και ενίοτε σε παλαιότερα έτη.

Η μελέτη καταγράφει το σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων πανελλαδικά και την κατηγοριοποίηση τους για το έτος 2005, καθώς και την παλαιότητα τους πριν από το 1980 έως το 2000. Για την καλύτερη ανάλυση του ξενοδοχειακού δυναμικού παρουσιάζονται και αναλύονται τα συγκεντρωθέντα στοιχεία με τη μορφή διαγραμμάτων και πινάκων.

Στη συνέχεια αναλύεται η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία από το 1980 μέχρι σήμερα. Πιο συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στο ΑΕΠ, στην απασχόληση και στο ισοζύγιο πληρωμών και σύγκριση με άλλες χώρες. Η συμβολή στο ισοζύγιο πληρωμών αφορά τον κλάδο του τουρισμού στο σύνολο για το ενδεκάμηνο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου του 2006, όσον αφορά το ΑΕΠ η συμβολή αναφέρεται τόσο στον τουρισμό όσο και στον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων σε διηγήφια ανάλυση ΣΤΑΚΟΔ (55), όπως παρουσιάζεται από την ΕΣΥΕ και η απασχόληση υπολογίζεται στο σύνολο του τουρισμού (άμεση και έμμεση) για μόνιμο και εποχιακό προσωπικό σε διηγήφια ανάλυση ΣΤΑΚΟΔ (55) για τα ξενοδοχεία-εστιατόρια βάση της ΕΣΥΕ.

Ακολουθεί η παρουσίαση της οικονομικής κατάστασης του ξενοδοχειακού κλάδου βάση έρευνας της Hellastat για το 2005, καθώς και μία σύνοψη αριθμοδεικτών του κλάδου οι οποίοι στη συνέχεια αναλύονται. Επίσης γίνεται μία πιο εκτενής αναφορά για δύο από τις μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου την Ιονική Ξενοδοχειακή Α.Ε. και τη Λάμψα Α.Ε. βάση των Ισολογισμών τους από τα ετήσια δελτία τους για την τριετία 2004-2006 και υπολογίζονται και αναλύονται ορισμένοι από τους πιο βασικούς δείκτες αποδοτικότητας. Με την παραδοχή ότι, οι δείκτες αποδοτικότητας ορίστηκαν να έχουν ισοβαρή στάθμιση, δημιουργούμε έναν σταθμισμένο μέσο όρο αποδοτικότητας για τις δυο προς εξέταση εισηγημένες εταιρίες. Στο οικονομικό κομμάτι της παρούσας μελέτης γίνεται λόγος και για την πληρότητα και τα έσοδα των ξενοδοχείων της Αθήνας για το 2005 σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες.

Η μελέτη στη συνέχεια προχωρά σε συγκρίσεις με ανταγωνίστριες χώρες τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο και γίνεται λόγος για τους βασικότερους ανταγωνιστές της Ελλάδας. Η ανάλυση και η σύγκριση αναφέρεται ως επί το πλείστον στην πενταετία 2000-2005, καθώς επίσης γίνεται λόγος για τους 10 κορυφαίους προορισμούς για το 2020 σε σχέση με το 2000 βάση στοιχείων του WTO. Παρουσιάζεται η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας σε διεθνές επίπεδο, και γίνεται αναφορά για τη σημασία του εσωτερικού τουρισμού.

Σε επίπεδο νομοθετικού πλαισίου έχει επιλεγθεί να αναφερθεί η διαδικασία αδειοδότησης και κατάταξης των ξενοδοχείων σε αστέρια, βάση της καινούριας νομοθεσίας, ως πιο αντιπροσωπευτικών νομοθετικών διαδικασιών για τον τουρισμό. Επίσης γίνεται λόγος για τον Αναπτυξιακό Νόμο (2004) και τις επιδοτήσεις που προσφέρει καθώς και τις γνωματεύσεις που έχουν εγκριθεί το 2006 συγκριτικά με το 2005 βάση του ΕΟΤ (Ενημέρωση 1/11/06).

Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να σημειωθεί ότι κατά την συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας υπήρξε δυσκολία στη συλλογή και ανεύρεση των απαραίτητων στοιχείων για την οικονομική κατάσταση των ξενοδοχείων και του τουρισμού εν γένει. Η συλλογή οικονομικών μεγεθών των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ξενοδοχείων ήταν δυσχερής όπως επίσης και ο διαχωρισμός του ξενοδοχειακού κλάδου από τον τουριστικό καθώς δεν υπάρχει προσβασιμότητα σε στοιχεία που αφορούν μόνο τον ξενοδοχειακό κλάδο. Τυχόν ανακρίβειες οφείλονται στα προλεχθέντα.

Κλείνοντας θα πρέπει να σημειώσουμε ως μια κατά την άποψή μας βασικής παρατήρηση ότι θα πρέπει να υπάρχει συστηματική συγκέντρωση των οικονομικών μεγεθών των διαφόρων υποκλάδων τουρισμού στη χώρα μας έτσι ώστε μέσω ΕΣΥΕ όπως αντίστοιχα γίνεται από την Eurostat να είναι ευχερής η εξεύρεση και ανάλυση σχετικών πληροφοριών με πιστότητα.

ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

1.1 Γεωγραφική κατανομή ξενοδοχειακών καταλυμάτων ανά κατηγορία και παλαιότητα

Η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής της θέσης, της πολιτιστικής της κληρονομιάς και του κλίματός της, αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες διεθνώς. Είναι ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, καθώς ετησίως δέχεται περισσότερους από 13 εκ. τουρίστες, γεγονός που την τοποθετεί στη 16η θέση της παγκόσμιας κατάταξης των χωρών υποδοχής (σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού).

Από τα μέσα της δεκαετίας του '60, ο τουρισμός στην Ελλάδα εξελίσσεται σε έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας και σε κύρια πηγή ανάπτυξης. Μέσα σε τρεις δεκαετίες οι αφίξεις τουριστών, από 2 εκατομμύρια το 1970 αυξάνονται σε 12 εκατομμύρια το 2000.¹ Η αύξηση των αφίξεων οδηγεί κατά τη διάρκεια των δεκαετιών σε αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της χώρας. Έτσι, τις τελευταίες δεκαετίες έχουν αναπτυχθεί μεγαλύτερης ή μικρότερης κλίμακας, πολύμορφες και σύγχρονες τουριστικές υποδομές.

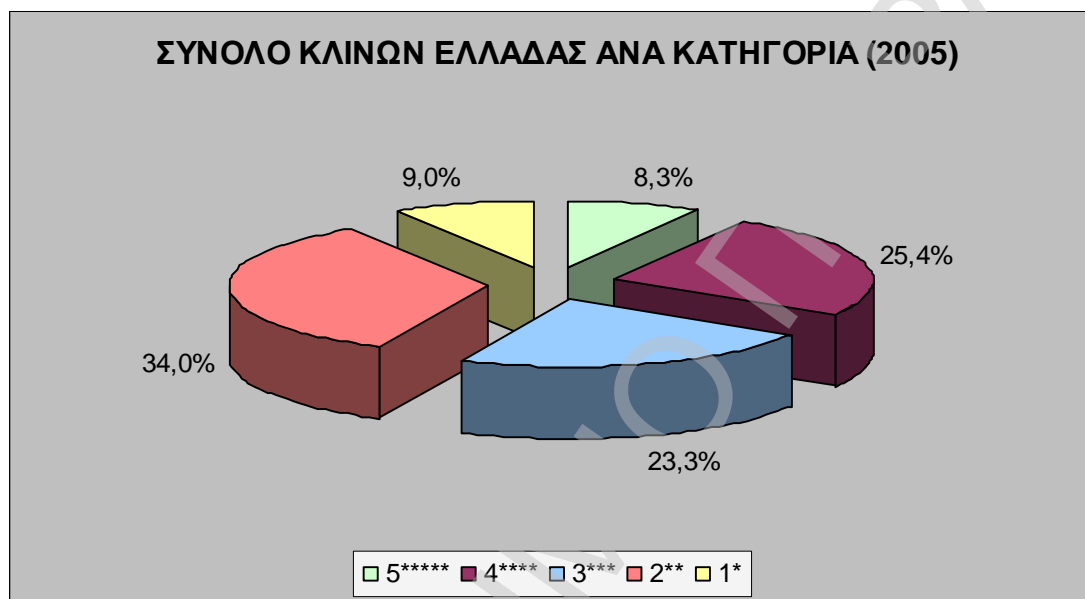
Σήμερα ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά και χαμηλό βαθμό χρήσης των κλινών. Στη χώρα μας αντιστοιχούν 6.169 ξενοδοχειακές κλίνες ανά 100 χιλιάδες κατοίκους, δύο περίπου φορές περισσότερες απ' ό τι στην Ιταλία, τρεις φορές απ' ό τι στην Πορτογαλία και δέκα φορές από ό τι στην Τουρκία.²

¹ Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

² Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

Η Ελλάδα αριθμεί περίπου 9.036 ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών τα οποία αντιστοιχούν σε 682.050 κλίνες που κατανέμονται σε 358.721 δωμάτια. Από το σύνολο των κλινών το 34% αντιστοιχεί σε ξενοδοχεία δύο αστέρων, το 25,4% σε τεσσάρων, το 23,3% σε τρίστερα, το 9% σε μονάστερα ενώ μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 8,3% αντιστοιχεί σε πεντάστερα ξενοδοχεία (Διάγραμμα 1.1).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1

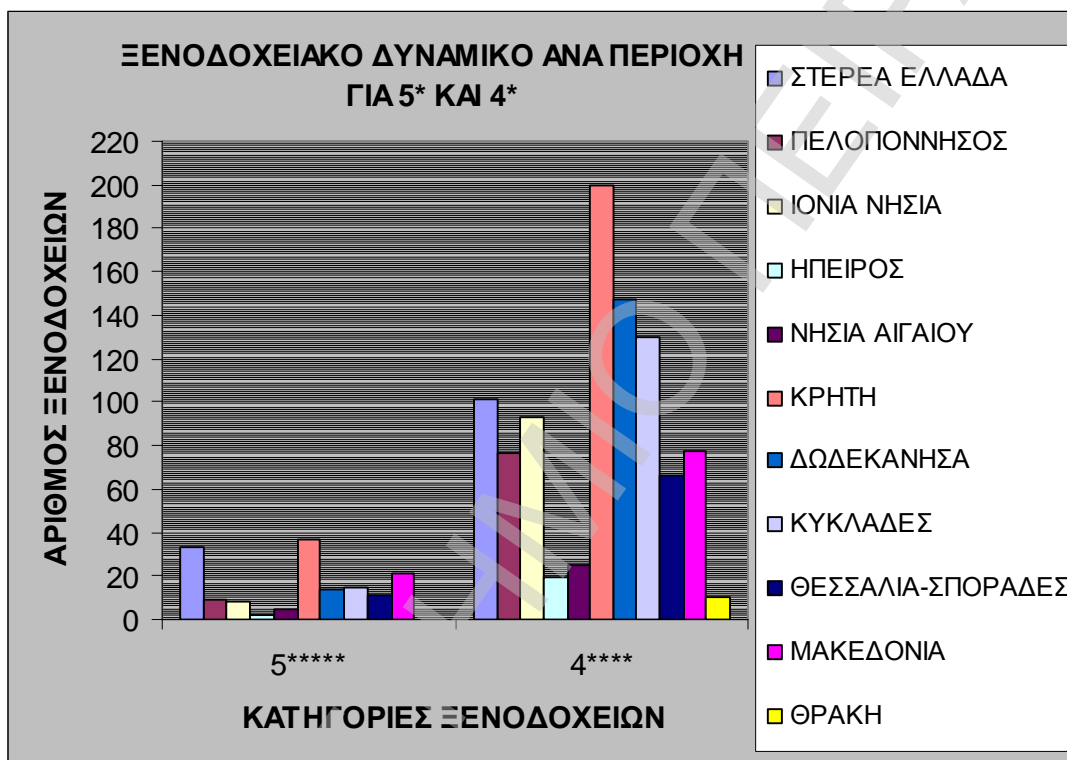


Από τα προαναφερθέντα ξενοδοχεία τα περισσότερα είναι κατηγορίας δύο αστέρων ενώ τα λιγότερα είναι τετράστερα και πεντάστερα. Από τα παραπάνω είναι φανερό ότι το κέντρο βάρους του ελληνικού ξενοδοχειακού δυναμικού βρίσκεται στις μικρές και χαμηλής ποιότητας μονάδες. Οι μονάδες αυτές στην πλειοψηφία τους χαρακτηρίζονται από αδυναμία αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας, παραδοσιακές δομές οργάνωσης και χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης-επιμόρφωσης ή επαρκούς επιχειρηματικής εμπειρίας. Το μικρό αυτό μέγεθος αποτελεί εμπόδιο τόσο στη μείωση του κόστους, όσο και στη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών. Είναι λοιπόν απαραίτητο να γίνουν επενδύσεις σε ξενοδοχεία υψηλότερης ποιότητας, που θα ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις, με παράλληλη απόσυρση του γερασμένου τμήματος της ελληνικής ξενοδοχίας.

Θα ήταν καλό επίσης να σημειωθεί, ότι τα περισσότερα πεντάστερα (5*) ξενοδοχειακά καταλύματα βρίσκονται στην περιοχή της Στερεάς Ελλάδας, της Κρήτης και της Μακεδονίας και οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες τεσσάρων αστέρων (4*) είναι εγκατεστημένες στην Κρήτη (200), ενώ έπειτα ακολουθούν με

σχετική διαφορά τα Δωδεκάνησα (147) και οι Κυκλάδες (130). Στο σημείο αυτό παρατηρείται ότι η Κρήτη, κατά ένα μεγάλο μέρος, διαθέτει αναβαθμισμένες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συγκριτικά με την υπόλοιπη Ελλάδα, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα (διάγραμμα 1.2).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2



Τα παραπάνω διαγράμματα (1.1 και 1.2) προκύπτουν από τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου (ΞΕΕ) για το 2005 και παρουσιάζονται αναλυτικότερα στον πίνακα που ακολουθεί «Το ξενοδοχειακό δυναμικό του 2005» (πίνακας 1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2005

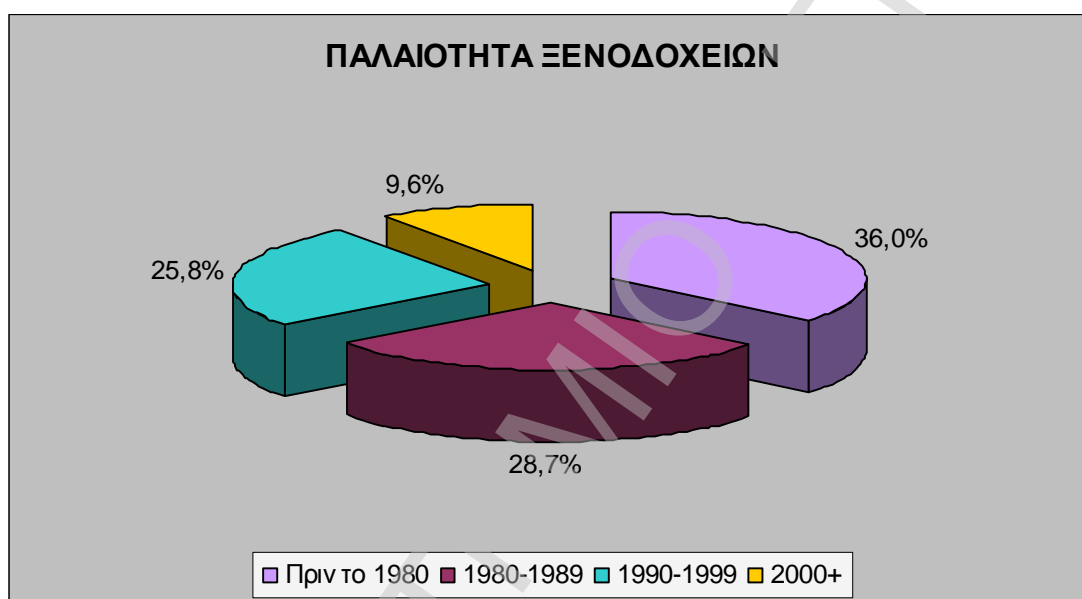
ΠΕΡΙΟΧΗ	5****			4****			3***			2**			1*			ΣΥΝΟΛΟ		
	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδ.	Δωμάτια	Κλίνες
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	33	6.553	12.565	101	9.627	18.096	213	11.087	20.716	643	17.972	33.537	280	4.804	9.193	1.270	50.043	94.107
ΝΟΜΟΣ* ΑΤΤΙΚΗΣ	26	5.967	11.269	74	7.175	13.359	129	7.125	13.231	320	10.298	19.082	148	2.800	5.371	697	33.365	62.312
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ	9	1.693	3.284	76	4.398	8.484	140	6.651	12.850	364	9.292	17.636	112	1.514	2.993	701	23.548	45.247
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	8	1.495	2.918	93	10.583	19.980	174	12.135	23.316	521	16.952	32.360	87	1.762	3.385	883	42.927	81.959
ΗΠΕΙΡΟΣ	2	70	147	19	613	1.245	52	1.580	3.081	147	2.814	5.377	33	560	1.083	253	5.637	10.933
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	5	589	1.281	25	1.599	2.935	106	3.924	7.473	205	4.522	8.570	57	769	1.484	398	11.403	21.743
ΚΡΗΤΗ	37	9.213	18.209	200	22.165	42.309	295	15.323	28.896	741	24.160	44.048	233	5.425	10.018	1.506	76.286	143.480
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	14	5.268	10.188	147	25.492	48.874	215	11.837	22.512	514	16.531	30.866	98	1.586	3.031	988	60.714	115.471
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	15	834	1.658	130	4.059	7.708	158	4.252	8.199	422	9.351	17.901	184	2.640	5.169	909	21.136	40.635
ΘΕΣΣΑΛΙΑ - ΣΠΟΡΑΔΕΣ	11	592	1.168	66	2.012	3.919	94	3.493	6.693	290	6.353	12.093	101	1.640	3.220	562	14.090	27.093
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	21	2.833	5.470	77	9.755	18.543	239	12.253	23.508	604	15.019	28.809	528	9.884	18.949	1.469	49.744	95.279
ΘΡΑΚΗ	0	0	0	10	672	1.338	26	1.097	2.107	45	1.140	2.118	16	284	540	97	3.193	6.103
ΣΥΝΟΛΟ	155	29.140	56.888	944	90.975	173.431	1.712	83.632	159.351	4.496	124.106	233.315	1.729	30.868	59.065	9.036	358.721	682.050

*Τα στοιχεία από τον Νομό Αττικής συμπεριλαμβάνονται στη Στερεά Ελλάδα και δεν λειτουργούν προσθετικά στο σύνολο. Ο διαχωρισμός γίνεται έτσι ώστε να είναι αντιληπτή η συμβολή του προαναφερθέντος Νομού στο σύνολο του ξενοδοχειακού δυναμικού της Στερεάς Ελλάδας.

Πηγή: ΞΕΕ (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

Από το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας ένα ποσοστό της τάξης του 36% χρονολογείται πριν το 1980, ενώ μόνο το 9,6% έχει ιδρυθεί από το 2000 και μετά. Επίσης το 28,7% των ξενοδοχείων είναι από τη δεκαετία του 80' και το αντίστοιχο ποσοστό για την δεκαετία του 90' είναι 25,8% (Διάγραμμα 1.3). Παρατηρείται λοιπόν ότι το μεγαλύτερο μέρος των καταλυμάτων είναι μεγάλης ηλικίας και ένα πολύ μικρό ποσοστό αντιστοιχεί σε πιο σύγχρονες μονάδες.

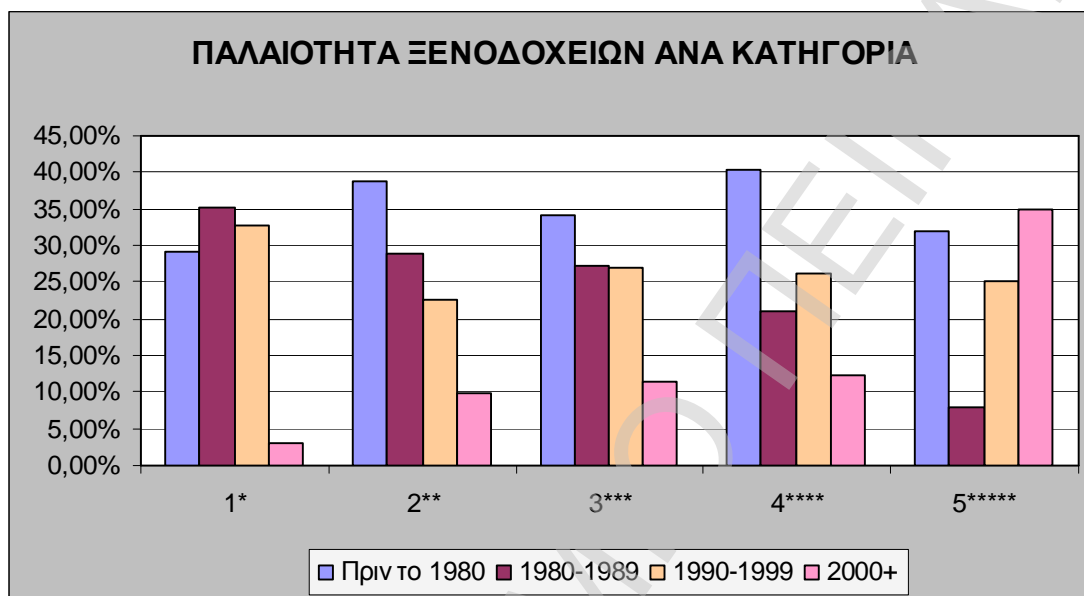
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3



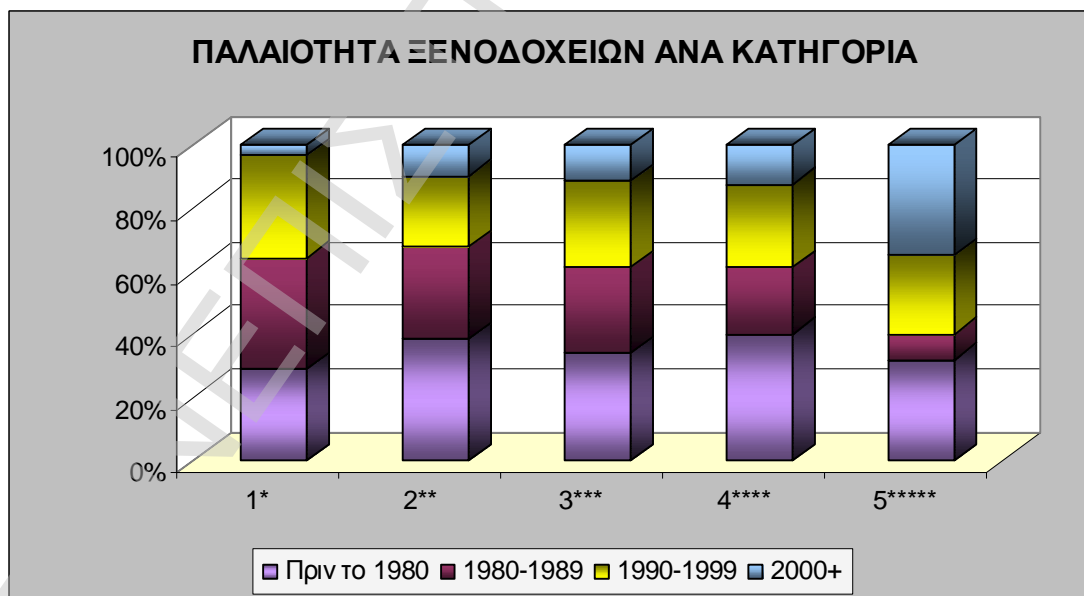
Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την παλαιότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων ανά κατηγορία, παρατηρείται ότι οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες που χρονολογούνται πριν το 1980 είναι στην πλειοψηφία τους τεσσάρων (40,3%) και δύο (38,6%) αστέρων (Διάγραμμα 1.4 & 1.5). Επίσης κατά τις δεκαετίες του 80' και του 90' τα περισσότερα ξενοδοχεία που ιδρύονται είναι μονάστερα ενώ είναι φανερή η αύξηση των πεντάστερων ξενοδοχείων από 8% (1980-1989), επί του συνόλου, σε 25% (1990-1999). Από το 2000 και μετά το τοπίο ανατρέπεται εις βάρος των μικρής και μεσαίας δυναμικότητας μονάδων και γίνεται φανερό ότι όσο αυξάνονται τα αστέρια αυξάνονται και οι κατασκευές καινούριων καταλυμάτων. Από το 9,6% των ξενοδοχείων που ιδρύθηκαν μετά το 2000 το 34,8% αντιστοιχεί σε μονάδες 5 αστέρων, ενώ μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 3,1% αντιστοιχεί σε μονάστερα (Διάγραμμα 1.4 & 1.5). Τα πεντάστερα ξενοδοχεία μετά το 2000 που

αντιστοιχούν στο ποσοστό της τάξης του 34,8% δεν είναι μόνο νεοϊδρυθείσες μονάδες αλλά και μονάδες που προέκυψαν ύστερα από ανακαίνιση καθώς και από πιθανή μετατροπή από ξενοδοχεία τεσσάρων αστερών σε πέντε, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Ελλάδα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5



Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να σημειωθεί ότι παρότι φαίνεται μια αύξηση τα τελευταία χρόνια στα μεγαλύτερης κατηγορίας ξενοδοχεία, οι ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν ιδρυθεί μετά το 2000 είναι μόνο το 9,6% του συνόλου του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας. Αυτό είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό γιατί παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος των καταλυμάτων είναι μεγάλης ηλικίας, με αποτέλεσμα να προσφέρει υπηρεσίες περιορισμένης κλίμακας και ποιότητας. Το ζητούμενο λοιπόν είναι η ποιοτική αναβάθμιση του ξενοδοχειακού προϊόντος, με την παράλληλη απόσυρση του γερασμένου τμήματος, έτσι ώστε ο κορμός της ελληνικής ξενοδοχίας να αποτελείται από εκσυγχρονισμένες και περισσότερο ανταγωνιστικές μονάδες.

Τα πιο πάνω διαγράμματα (1.3, 1.4, & 1.5) για την παλαιότητα του ξενοδοχειακού δυναμικού ανά κατηγορία και στο σύνολο, προκύπτουν από τα στοιχεία της παρουσίασης «Επισκόπηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων» του κ. Γκίκα Α. Χαρδούβελη, Chief Economist της Eurobank EFG, στα πλαίσια του συνεδρίου της Eurobank EFG και παρουσιάζονται αναλυτικότερα στον πίνακα (1.2) που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2 ΠΑΛΑΙΟΤΗΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ	1*		2**		3***		4****		5*****		ΣΥΝΟΛΟ
	Ξενοδοχεία	Ποσοστό	Ξενοδοχεία	Ποσοστό	Ξενοδοχεία	Ποσοστό	Ξενοδοχεία	Ποσοστό	Ξενοδοχεία	Ποσοστό	
ΠΡΙΝ ΤΟ 1980	503	29,1%	1.735	38,6%	582	34%	381	40,3%	50	32%	3.251
1980-1989	607	35,1%	1.304	29%	469	27,4%	198	21%	12	8%	2.591
1990-1999	565	32,7%	1.016	22,6%	464	27,1%	248	26,3%	39	25%	2.332
2000+	54	3,1%	441	9,8%	197	11,5%	117	12,4%	54	34,8%	861
ΣΥΝΟΛΟ	1.729	100%	4.496	100%	1.712	100%	944	100%	155	100%	9.036

1.2 Οικονομικά αποτελέσματα των ως άνω αναγνωρισθεισών μονάδων

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη από ότι αναλογικά για το σύνολο της παγκόσμιας οικονομίας. Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο δυναμικές και πιο ανταγωνιστικές δραστηριότητες της οικονομίας μας!

1.2.1 Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την ελληνική οικονομία –συμβολή στο ΑΕΠ στην απασχόληση και στο ισοζύγιο πληρωμών

Η Ελλάδα από τη δεκαετία του 1980 έχει μετατραπεί σε έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Οι αφίξεις αλλοδαπών σημείωσαν αλματώδη αύξηση τις δεκαετίες του 1980 και του 1990. Μετά το 2000 και ιδιαίτερα την τριετία 2002-2004 υπήρξε μία κάμψη στις αφίξεις της χώρας και μείωση των εσόδων που οδήγησαν στον περιορισμό της αύξησης της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ, με τις απώλειες να προσεγγίζουν τις 5,5 εκατοστιαίες μονάδες, στην απώλεια 65.280 θέσεων εργασίας και στον περιορισμό της συνεισφοράς του τουρισμού στη μείωση του ισοζυγίου εξωτερικών πληρωμών, με άλλα λόγια στη μείωση του ελλείμματος ακόμη κατά 18%³. Από το 2005, και ιδιαίτερα το μήνα Αύγουστο, το σκηνικό ανατρέπεται με την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα να παρουσιάζει άνοδο. Την περίοδο αυτή καταγράφηκε αυξημένη προσέλευση τουριστών από τις ΗΠΑ, οι οποίοι δαπανούν μεγαλύτερα ποσά ημερησίως, και διαμένουν στην Ελλάδα περισσότερες ημέρες, συγκριτικά με τουρίστες από άλλα κράτη.

Οι εισπράξεις από τον εισερχόμενο τουρισμό από το 1999 και μετά παρουσιάζουν αλματώδη αύξηση ως ποσοστό του ΑΕΠ. Πιο συγκεκριμένα τα τελευταία δύο χρόνια οι εισπράξεις αυξήθηκαν σε τρέχουσες και πραγματικές τιμές όμως, ως ποσοστό του ΑΕΠ, έχουν μείνει σταθερές και έχουν μειωθεί στο 6,1% του ΑΕΠ το 2005 από το 7,9% το 2000. Η σπουδαιότητα των τουριστικών εισπράξεων για την ελληνική οικονομία φαίνεται και από το γεγονός ότι η Ελλάδα για εισαγωγές

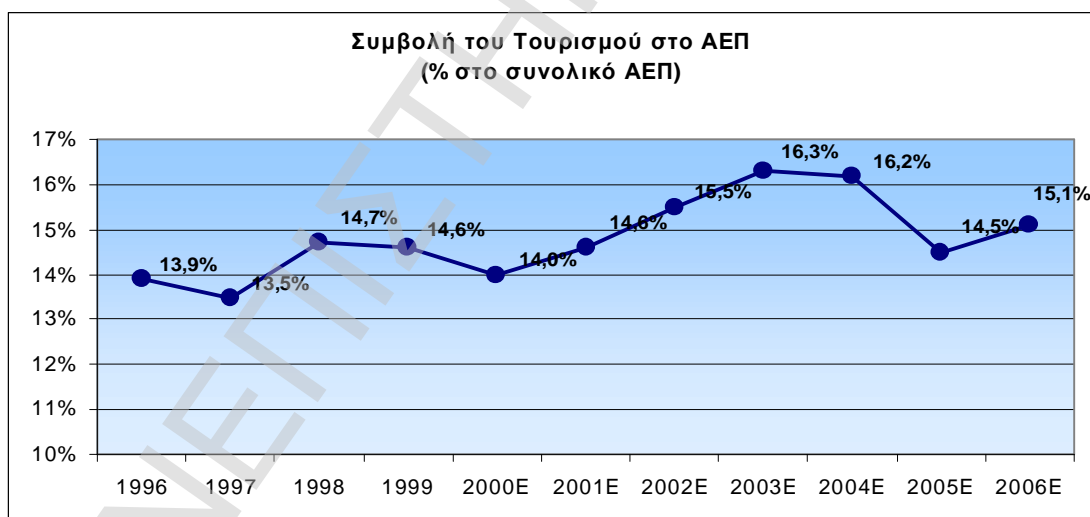
³ Σύμφωνα με μελέτη των κ.κ. Β. Πατσουράτη, καθηγητή ΟΠΑ και Γ. Αναστασόπουλο επίκουρου καθηγητή Πανεπιστημίου Πατρών

πετρελαίου το 2005 πλήρωσε το 4,9% του ΑΕΠ ενώ οι εισπράξεις από τις τουριστικές υπηρεσίες έφτασαν το 6.1% δηλαδή €1δισ⁴.

Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ στην Ελλάδα μέχρι το 2003 (16,3%) παρουσίαζε αυξητική πορεία. Από το 2004 (16,2%) και μετά παρατηρείται μια ραγδαία πτώση 1,7 ποσοστιαίων μονάδων και μετά το 2005 παρουσιάζεται και πάλι βελτίωση (Διάγραμμα 1.6).

Πιο συγκεκριμένα η συμβολή στο ΑΕΠ και την απασχόληση για το 2006 είναι από τις υψηλότερες στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μετά την Ισπανία (ΑΕΠ: 17,8%, Απασχόληση: 19,1%), την Πορτογαλία (ΑΕΠ: 15,5%, Απασχόληση: 17,7%), την Κύπρο (ΑΕΠ: 23,3%, Απασχόληση: 29,7%), την Αυστρία (ΑΕΠ: 16,6%, Απασχόληση: 19,1%) και την Κροατία (ΑΕΠ: 20,1%, Απασχόληση: 23,1%)⁵. Η συνολική συμβολή του τουρισμού εκφράζεται με ένα ποσοστό της τάξης του 15,1% του ΑΕΠ και 700.000 θέσεις εργασίας, δηλαδή 15,9% της συνολικής απασχόλησης⁶. Ειδικότερα, η συμμετοχή μόνο του κλάδου των ξενοδοχείων και εστιατορίων στο ΑΕΠ, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, έχει αυξητική πορεία τα τελευταία δέκα έτη και διαμορφώνεται στο 8,31% το 2005, από 6,5% το 1995.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.6



Πηγή: WTTC

⁴Βλ. Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

⁵ Βλ. City Press, City Καριέρα, 27 Νοεμβρίου 2006

⁶ Βλ. SETE, 5^ο Ετήσιο Συνέδριο «Τουρισμός και Ανάπτυξη»

Η συμβολή της τουριστικής ανάπτυξης στον τομέα της απασχόλησης είναι πολύ σημαντική. Ο τουριστικός τομέας αποτελεί το μεγαλύτερο εργοδότη στις περισσότερες χώρες, εξασφαλίζοντας εργασία σε σημαντικό αριθμό εργαζομένων. Εκτός από τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον ίδιο τον τομέα έχει αποδειχθεί ότι και άλλοι τομείς ευεργετούνται, όπως οι κατασκευές, οι μεταφορές, η γεωργία και το εμπόριο.

Δεδομένης της ετερογένειας που χαρακτηρίζει τον τουριστικό τομέα, θεωρείται αρκετά δύσκολο να υπολογισθεί ο ακριβής αριθμός των απασχολούμενων, εφόσον είναι πολυάριθμες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την λειτουργία του. Η έρευνα εργατικού δυναμικού που διεξάγεται από την ΕΣΥΕ, στον τομέα των υπηρεσιών, παρακολουθεί ξεχωριστά μόνο την απασχόληση στα Ξενοδοχεία και Εστιατόρια. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή η απασχόληση στις υπηρεσίες αυτές ανερχόταν το 2005 σε 303.168 άτομα και αντιπροσώπευε το 6,5% της συνολικής απασχόλησης (πίνακας 1.3), εκ των οποίων οι 130.945 ήταν μόνιμο προσωπικό και οι 172.223 ήταν εποχικό και αποτελούσαν το 2,8% και 3,7% της συνολικής απασχόλησης αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (2005)

ΚΛΑΔΟΙ – ΤΟΜΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ (ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΑΤΟΜΑ)	%
Πρωτογενής τομέας	555,3	12
Ορυχεία – Λατομεία	16,4	0,4
Μεταποίηση	553,7	12
Ηλεκτρισμός - Αέριο – νερό	35	0,8
Κατασκευές	371	8
Εμπόρια	856,5	18,5
Ξενοδοχεία – Εστιατόρια	303,2	6,5
Μεταφορές – Επικοινωνίες	304,7	6,6
Λοιπές υπηρεσίες	1630	35,2
ΣΥΝΟΛΟ	4.625,8	100,0

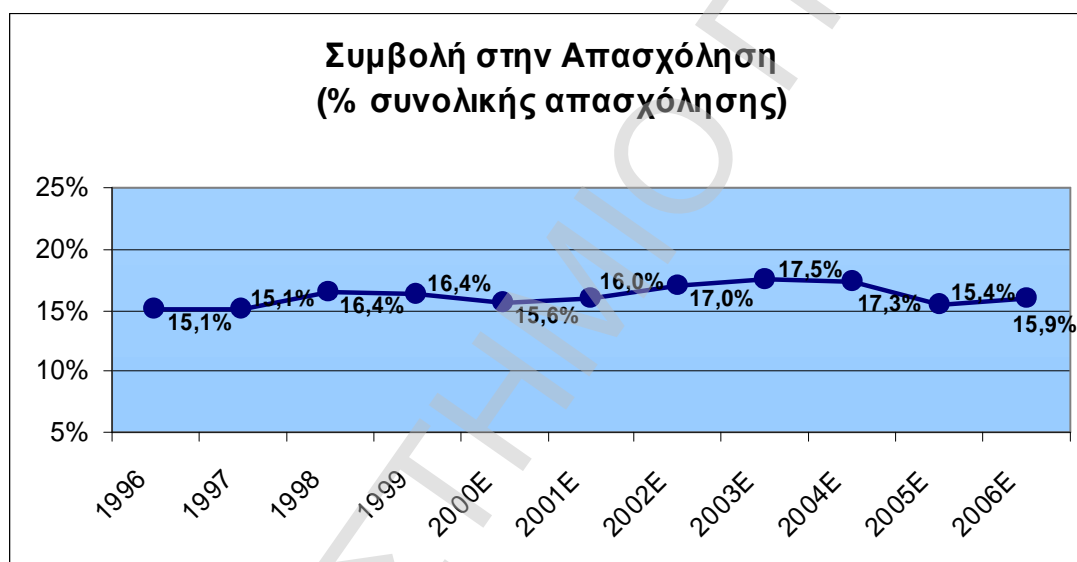
Πηγή : ΕΣΥΕ

Στον παραπάνω αριθμό απασχολούμενων, αν προστεθούν οι απασχολούμενοι άμεσα στις υπόλοιπες τουριστικές δραστηριότητες, καθώς και ο σημαντικότερος

αριθμός των ατόμων που απασχολούνται εμμέσως με τον τουρισμό η συνολική απασχόληση του τομέα και η συμβολή της απασχόλησης αυτής στη συνολική εθνική απασχόληση, είναι κατά πολύ μεγαλύτερη.

Σύμφωνα με το World Tourism Travel Council (WTTC) το 2006 η συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση) έφτασε περίπου τις 700.000 θέσεις εργασίας, δηλαδή το 15,9% της συνολικής απασχόλησης⁷. Παρατηρείται ότι μέχρι το 2003 (17,5) η συμβολή του τουρισμού στην συνολική απασχόληση παρουσίαζε αυξητική τάση και από το 2004 (17,3) και μετά σημειώνεται μία πτωτική πορεία η οποία μετά το 2005 (15,4) ανατρέπεται (Διάγραμμα 1.7).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.7



Πηγή: WTTC

Εκτός από τη σημαντική συμβολή του τουρισμού στην άνοδο του εθνικού εισοδήματος και στην αύξηση της απασχόλησης, ο τουρισμός, σε χώρες με έντονη τουριστική κίνηση από το εξωτερικό, όπως η Ελλάδα, παίζει σημαντικό ρόλο στην εισροή συναλλάγματος και στη μείωση του ελλείμματος του Ισοζυγίου Πληρωμών⁸.

Πράγματι, τα τελευταία χρόνια οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουριστικό τομέα έχουν αναδειχθεί στην Ελλάδα σε κύρια πηγή συναλλάγματος μεταξύ των άδηλων πόρων, είναι υψηλότερες από το σύνολο των εξαγωγών της

⁷ Βλ. SETE, 5^ο Ετήσιο Συνέδριο «Τουρισμός και Ανάπτυξη»

⁸ Τάσεις – Η ελληνική οικονομία 2005

χώρας και συμβάλλουν κατά σημαντικό ποσοστό στη μείωση του εμπορικού ελλείμματος του Ισοζυγίου Πληρωμών⁹.

Οι τουριστικές υπηρεσίες συνέβαλλαν θετικά στην αποφυγή περαιτέρω αύξησης του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών αφού αποτελούν ένα ποσοστό της τάξης του 43,4% του ισοζυγίου. Πιο συγκεκριμένα το ενδεκάμηνο Ιανουαρίου – Νοεμβρίου 2006 το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών διευρύνθηκε κατά 8.721 εκατ. ευρώ σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2005 και διαμορφώθηκε σε 20.825 εκατ. ευρώ.

Το τουριστικό συνάλλαγμα συμβάλλει κατά σημαντικό ποσοστό και στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Οι συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουρισμό το ενδεκάμηνο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου του 2006 αντιστοιχούσαν στο 28% περίπου του συνολικού ελλείμματος που εμφανίζει το Εμπορικό Ισοζύγιο από 33% την ίδια περίοδο το 2005.

Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις συνέβαλλαν στο ισοζύγιο των υπηρεσιών την περίοδο αυτή κατά 41% δηλαδή συνέβαλλαν στην άνοδο του ισοζυγίου υπηρεσιών κατά 649 εκ ευρώ. Πιο συγκεκριμένα οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες αυξήθηκαν κατά 5,5% ενώ οι πληρωμές μειώθηκαν κατά 3%. Αυτό είχε σαν συνέπεια την συνολική αύξηση των τουριστικών υπηρεσιών κατά 8,3% σε σχέση με το αντίστοιχο ενδεκάμηνο του 2005 που αυτό κατ' επέκταση είχε σαν αποτέλεσμα την μείωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών¹⁰.

Η επιδείνωση του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών και κατά συνέπεια και του ισοζυγίου πληρωμών, μπορεί να σταματήσει με αναπτυξιακές βιώσιμες επιλογές μεταξύ των οποίων προεξέχουσα θέση κατέχει τουρισμός, καθώς αποτελεί βασική πηγή εισροής συναλλάγματος για την Ελλάδα όπως γίνεται φανερό και από την παραπάνω ανάλυση. Ο τουρισμός είναι μια αστείρευτη πηγή για την εθνική μας οικονομία που δεν πρέπει να μείνει ανεκμετάλλευτη.

⁹ Βλ. Τράπεζα της Ελλάδος: Τεύχος 100, Δεκέμβριος 2006, Βλ. Τάσεις – Η ελληνική οικονομία 2005

¹⁰ Τα πιο πάνω στοιχεία έχουν προκύψει από το Ισοζύγιο Εξωτερικών Συναλλαγών, το ενενδεκάμηνο Ιανουαρίου- Νοεμβρίου 2006, από την Τράπεζα της Ελλάδος.

1.2.2 Οικονομικά αποτελέσματα ξενοδοχειακού κλάδου

Ο τουρισμός και η τουριστική οικονομία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου που αποτελούν μία από τις κύριες πηγές τουριστικού συναλλάγματος. Όσον αφορά τις επιχειρήσεις του κλάδου, στην Ελλάδα, τη μερίδα του λέοντος, κατέχουν οι μικρές και μεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίες δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές, κυρίως λόγω της προσφοράς χαμηλής ποιότητας και ανύπαρκτης ποικιλίας υπηρεσιών. Από τη άλλη μεριά ένα μικρότερο ποσοστό κατέχουν τα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα τα οποία παρέχουν υπηρεσίες ανώτερης ποιότητας.

Η έντονη εποχικότητα στην τουριστική κίνηση και τα ιδιαίτερα αυξημένα έξοδα του προσωπικού, συντελούν στην περιορισμένη κερδοφορία ή και στα ζημιογόνα αποτελέσματα των κυρίως μικρού μεγέθους ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Από την άλλη κυρίως τα ξενοδοχειακά καταλύματα που ανήκουν σε μεγάλες κατηγορίες, φέρουν στους ισολογισμούς τους αυξημένα επίπεδα δανεισμού, λόγω των μεγάλων επενδύσεων εκσυγχρονισμού και ανακαινίσεων των εγκαταστάσεων τους ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων. Βάση λοιπόν των παραπάνω, και όχι μόνο, τόσο οι μεγάλες όσο και οι μικρομεσαίες ξενοδοχειακές μονάδες αντιμετωπίζουν προβλήματα κερδοφορίας και πολλές φορές ακόμα και επιβίωσης.

Πιο συγκεκριμένα το 2005 ο κλάδος εμφάνισε ζημίες €14,2 εκ. από κέρδη €30 εκ. το 2004 (δείγμα 621 επιχειρήσεων που εξετάζει η Hellastat)¹¹, με 263 εταιρείες (42% του συνόλου) να είναι ζημιογόνες. Από αυτές, οι 91 (15%) κατέγραψαν επιδείνωση των ζημιών τους, οι 97 (16%) περιορίσαν τα ζημιογόνα αποτελέσματα του 2004, ενώ 75 (12%) σημείωσαν κερδοφορία. Αναφορικά με τις 358 κερδοφόρες εταιρείες (58%), μόνο το 20% κατάφεραν να βελτιώσουν τα αποτελέσματα του 2004 και 21% μείωσαν τα κέρδη τους.

Ενδεικτικό της στασιμότητας της τουριστικής κίνησης των τελευταίων ετών, είναι η αρνητική μέση μεταβολή των καθαρών αποτελεσμάτων της περιόδου 2003/2005 ανά εταιρεία (-3,5%), κυρίως λόγω της μεγάλης επιδείνωσης του 2003. Συγκεκριμένα, οι μικρότερες εταιρείες από κέρδη το 2004 διολίσθησαν σε ζημίες το

¹¹ Βλ. Εθνική Τράπεζα, Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (www.economics.gr)

2005, στις οποίες οφείλεται το 80% των ζημιών του δείγματος. Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, εμφάνισαν ζημίες €3,1 εκ..

Σύμφωνα με έρευνα της Hellastat¹², για να γίνει σαφέστερη η οικονομική κατάσταση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, παρατίθεται ο παρακάτω πίνακας (1.4) που περιέχει συνοπτικά του αριθμοδείκτες του κλάδου για την περίοδο 2002-2004 καθώς επίσης ακολουθεί και η σχετική ανάλυση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4 ΣΥΝΟΨΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ ΚΛΑΔΟΥ

Σύνοψη Αριθμοδεικτών Κλάδου			
	2004	2003	2002
Κεφαλαιακή Διάρθρωση			
Βραχ. υποχρεώσεις / Πωλήσεις	45,5%	43,6%	37,9%
Βραχ. τραπεζικές υποχρ. / Πωλήσεις	28,7%	27,1%	23,2%
Ξένα προς ίδια κεφάλαια	0,30	0,33	0,29
Κάλυψη τόκων από λειτουργικά κέρδη	4,2	4,9	6,0
Βραχ. Υποχρεώσεις προς Ενεργητικό	15,0%	16,0%	14,6%
Ρευστότητα			
Γενική ρευστότητα	1,47	1,52	1,64
Άμεση ρευστότητα	1,41	1,46	1,60
Εμπορικός Κύκλος	-46	-59	-47
Ημέρες απαιτήσεων	73	67	57
Ημέρες αποθεμάτων	6	6	6
Ημέρες πίστωσης από προμηθευτές	125	132	109
Κερδοφορία & Αποδοτικότητα			
Περιθώριο μικτού κέρδους	23,8%	26,4%	28,9%
Περιθώριο ΚΠΤΦΑ	21,3%	23,4%	26,8%
Περιθώριο καθαρού κέρδους (προ φόρων)	-3,4%	0,2%	4,1%
Απόδοση συνολικού ενεργητικού προ φόρων	-0,8%	0,0%	1,3%
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων προ φόρων	-1,1%	0,1%	1,7%
<i>Διάμεσος</i>			
Επεξεργασία : www.hellastat.com			

Η επιδείνωση της κερδοφορίας σε κλαδικό επίπεδο έχει ως συνέπεια τη διαχρονική μείωση του περιθωρίου ΚΠΦ, από 4,1% το 2002 σε -3,4% το 2004. Επίσης παρατηρείται μείωση στο EBITDA (Περιθώριο ΚΠΤΦΑ) από 23,4% το 2003 σε 21,3% το 2004, καθώς επίσης στο ROE(Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων προ Φόρων) από 1,7% το 2002 σε -1,1% το 2004 και στο ROA(Απόδοση συνολικού Ενεργητικού προ Φόρων) από 1,3% το 2002 σε -0,8% το 2004. Το Gross Profit Margin (Περιθώριο

¹² Βλ. Ελληνική Εταιρία Στατιστικών και Οικονομικών Πληροφοριών (Hellastat), Ξενοδοχειακός κλάδος, Φεβρουάριος 2006

Μεικτού Κέρδους) παραμένει σε σχετικά υψηλά επίπεδα (23,8% το 2004]) παρά τη μείωση κατά 2,6% που παρουσιάζεται το 2004 (σε σχέση με 26,4% το 2003).

Όσον αφορά του δείκτες ρευστότητας παρατηρείται ότι, ο δείκτης της Γενικής Ρευστότητας μειώνεται από 1,52 (2003) σε 1,47 (2004). Αυτό γίνεται φανερό και από το γεγονός ότι οι ημέρες απαιτήσεων αυξάνονται από 67 (2003) σε 73 (2004) και οι ημέρες πίστωσης από προμηθευτές μειώνονται από 132 (2003) σε 125 (2004), πράγμα που σημαίνει ότι δεν κυκλοφορεί πολύ χρήμα στις συναλλαγές και αντίθετα έχουμε αναβολή πληρωμών μέσω επιταγών, συναλλαγματικών και πιστώσεων.

Στη συνέχεια όσον αφορά του δείκτης Κεφαλαιακής Διάρθρωσης, παρατηρείται μία αύξηση στο δείκτη Βραχ. Υποχρεώσεις/Πωλήσεις καθώς και στο δείκτη Βραχ. Τραπεζικές Υποχρεώσεις/Πωλήσεις, έτσι λοιπόν στον κλάδο είτε οι υποχρεώσεις στο σύνολο των πωλήσεων αυξάνονται και μάλιστα με μεγάλο ποσοστό μέσα σε μια διετία, είτε οι πωλήσεις μειώνονται. Στην πρώτη περίπτωση οι επιχειρήσεις που είναι στην πλειοψηφία τους μικρομεσαίες δανείζονται για να αυξήσουν την κερδοφορία τους επιβαρύνοντας έτσι τα οικονομικά αποτελέσματα κάθε έτους. Το θετικό στοιχείο από την άλλη είναι η μείωση του λόγου Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια από το 0,33 το 2003 σε 0,30 το 2004. Η προηγούμενη μεγαλύτερη αύξηση από το 2002 (0,29) στο 2003 (0,33) δείχνει ότι ίσως, η μεγαλύτερη εισροή κεφαλαίου η οποία συντέλεσε στην αντιστάθμιση του κακού κλίματος που επικρατούσε μέχρι τότε, να ήταν ένα φαινόμενο εποχιακό λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα και την αύξηση της τουριστικής κίνησης ιδιαίτερα το μήνα Αύγουστο.

1.2.2.1 Case study Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε. & Λάμψα Α.Ε.

Δύο από τις γνωστότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον χώρο των ξενοδοχείων είναι η ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. και η ΛΑΜΨΑ Α.Ε, οι οποίες είναι εισηγμένες στο ΧΑΑ.

Κατά τη διάρκεια της τριετίας 2004-2006 ο κύκλος εργασιών της ΙΟΝΙΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ Α.Ε. ήταν αυξημένος κατά 2,6% και αγγίζει τα 48,7 εκ ευρώ το 2006. Το 2005 παρουσιάζεται μία μικρή κάμψη, καθώς ο υψηλός κύκλος εργασιών του προηγούμενου χρόνου προέρχονταν κυρίως από τα υψηλότερα ποσοστά πληρότητας ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων και έτσι μειώνεται κατά 8,6% σε

σχέση με το 2004. Οι πωλήσεις της ΛΑΜΨΑ Α.Ε. ακολουθούν μία αυξητική πορεία όλα τα έτη και αυξάνονται κατά 48,5% από το 2004 στο 2006. Πιο συγκεκριμένα παρουσιάζουν οριακή βελτίωση της τάξης του 1,6% από το 2004 στο 2005 και μία μεγάλη αύξηση περί του 46% το 2006 σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Όσον αφορά τα κέρδη προ φόρων τόκων και αποσβέσεων (ΚΠΤΦΑ) η ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. παρουσιάζει πτώση των κερδών της κατά 2,3% το 2006 σε σχέση με το 2004. Παρά την πτώση των κερδών της κατά τη διάρκεια της τριετίας παρατηρείται μία ανάκαμψη από το 2006 παρουσιάζοντας αυξητική πορεία σε σχέση με το 2005 της τάξης του 15,7%. Το ΚΠΤΦΑ για τη ΛΑΜΨΑ Α.Ε. αυξάνεται κατά 86% το 2006 σε σχέση με το 2004 παρουσιάζοντας μία μικρή πτωτική τάση της τάξης του 3,5% από το 2004 στο 2005. Τα κέρδη προ φόρων (ΚΠΦ) ακολουθούν αυξητική πορεία κατά τη διάρκεια της τριετίας εξίσου και για τις δύο εταιρείες με ποσοστά 359% και 109% για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. και τη ΛΑΜΨΑ Α.Ε. αντίστοιχα (πίνακας 1.5).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2005 ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. – ΛΑΜΨΑ Α.Ε.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ 2005 (12ΜΗΝΟ)	ΠΩΛΗΣΕΙΣ				ΚΠΤΦΑ				ΚΠΦ			
	2006	2005	2004	%	2006	2005	2004	%	2006	2005	2004	%
ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε.	48,7	43,2	47,3	2,9%	12,5	10,8	12,8	-2,3%	2,3	0,53	-0,78	395%
ΛΑΜΨΑ Α.Ε.	45,3	31	30,5	48,5%	16	8,3	8,6	86%	9	4,4	4,3	109%

Ποσά σε εκ. €

Πηγή: Ετήσια Δελτία Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε. και Λάμψα Α.Ε.

Η ανταμοιβή των επενδυτών-μετόχων και των πιστωτών των εταιριών, για τα κεφάλαια που έχουν τοποθετήσει και για τους κινδύνους που έχουν αναλάβει, μετράται με την αποδοτικότητα των εν λόγω επιχειρήσεων, η οποία αντανακλά την ικανότητά τους να πραγματοποιούν κέρδη. Είναι δηλαδή ένα μέτρο του βαθμού αποτελεσματικής λειτουργίας και διάρθρωσης των επιχειρήσεων. Για τη μέτρηση

λοιπόν της αποδοτικότητας κρίνεται σκόπιμο να αναλυθούν οι πιο σημαντικοί αριθμοδείκτες¹³:

✚ Αποδοτικότητα Ενεργητικού (ROA): $[(\text{Καθαρά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως} / \text{Χρημ/κά Έξοδα}) / \text{Σύνολο Ενεργητικού}] * 100$

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετρά την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης, καθώς και την επιμέρους τμημάτων αυτής και αποτελεί ένα είδος αξιολογήσεως και ελέγχου της διοικήσεως της.

✚ Περιθώριο Μικτού Κέρδους: $(\text{Μικτά Κέρδη} / \text{Καθαρές Πωλήσεις}) * 100$

Ο δείκτης αυτός δείχνει την αποτελεσματικότητα και την πολιτική των τιμών μίας επιχείρησης, δηλαδή το πόσο επικερδής είναι από την πώληση των προϊόντων της.

✚ Καθαρού Κέρδους: $(\text{Καθαρά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως} / \text{Καθαρές Πωλήσεις}) * 100$

Δείχνει τα καθαρά κέρδη που έχει μία εταιρία από τις πωλήσεις της. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο πιο επικερδής είναι και η εταιρία και το αντίστροφο.

✚ Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (ROE): $(\text{Καθαρά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως} / \text{Ίδια Κεφάλαια}) * 100$

Απεικονίζει την κερδοφόρα δυναμικότητα μίας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος πραγματοποίησεως ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος.

✚ Αποδοτικότητα Επενδεδυμένων Κεφαλαίων (ROI): $(\text{Καθαρά Κέρδη} / \text{Σύνολο Ενεργητικού}) * 100$

Ο δείκτης αυτός απεικονίζει την απόδοση των κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί από την επιχείρηση, την ικανότητα δηλαδή του επιχειρηματία να αξιοποιεί τα Ίδια Κεφάλαια και να παράγει από αυτά καθαρά κέρδη.

¹³ Βλ. Γιώργος Μ. Κορρές & Στυλιανός Κ. Δρακόπουλος: Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Διοίκηση Παραγωγής, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Βλ. Νικήτας Α. Νιάρχος: Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Εκδόσεις Α. Σταμούλης

✚ Αποσβέσεως προς Πωλήσεις: $(\text{Αποσβέσεις/Καθαρές Πωλήσεις}) * 100$

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το ποσοστό των πωλήσεων που απορροφάται από τις αποσβέσεις.

Πιο συγκεκριμένα, στο σημείο αυτό θα πραγματοποιηθεί ανάλυση των αριθμοδεικτών αποδοτικότητας, όσον αφορά τις προς μελέτη ξενοδοχειακές υπηρεσίες ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε.¹⁴ και ΛΑΜΨΑ Α.Ε.¹⁵

Η απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της ΙΟΝΙΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ Α.Ε. παρουσιάζεται βελτιωμένη το 2006. Ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού (ROA) για την εν λόγω εταιρία παρουσιάζει μεγάλη αύξηση και διαμορφώνεται σε 2,32% το 2006 από 1,41% το 2005 και 1,06% το 2004. Η απόδοση για την ΛΑΜΨΑ Α.Ε. παραμένει στα ίδια περίπου επίπεδα με οριακή πτώση 0,01% από το 2004 (4,57%) στο 2005 (4,56%) ενώ παρουσιάζει μία μεγάλη αύξηση της τάξης του 48,2% από το 2005 στο 2006.

Σύμφωνα με το δείκτη του μικτού περιθωρίου κέρδους παρατηρείται μία μείωση των μικτών κερδών των επιχειρήσεων από το 2004 στο 2005, όμως το 2006 και οι δύο επιχειρήσεις πραγματοποιούν αύξηση στα μικτά τους κέρδη. Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. το περιθώριο μικτού κέρδους από 18,83% το 2004 μειώθηκε και διαμορφώθηκε στο 14,76% το 2005 ενώ στην πορεία εμφάνισε άνοδο και διαμορφώθηκε σε 17,37% το 2006. Προς την ίδια κατεύθυνση κινήθηκε και η ΛΑΜΨΑ Α.Ε. με το δείκτη του περιθωρίου κέρδους να ακολουθεί πτωτική τάση από 38,28% το 2004 σε 35,51% το 2005 και ύστερα ανοδική από 35,51% σε 36,57% το 2006.

Το περιθώριο καθαρού κέρδους αυξάνεται για τις δύο εταιρίες κατά τη διάρκεια της τριετίας 2004-2006. Πιο συγκεκριμένα παρατηρείται μεγάλη βελτίωση του δείκτη για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. που επιτυγχάνει από -1,66% το 2004 να φτάσει το δείκτη στο 4,72% το 2006, το οποίο είναι ένα πολύ θετικό σημάδι για την πορεία της επιχείρησης καθώς πολλές διοικητικές αποφάσεις και προβλέψεις βασίζονται στον εν λόγω δείκτη. Η ΛΑΜΨΑ Α.Ε. παρουσιάζει αρκετά μεγάλη άνοδο της τάξης του 41,1% και διαμορφώνεται ο δείκτης της από 14,1% το 2004 σε 19,76% το 2006.

¹⁴ Βλ. Διαδίκτυο: www.ionianhe.gr

¹⁵ Βλ. Διαδίκτυο: www.grandebretagne.gr

Η κερδοφόρα δυναμικότητα τόσο της ΙΟΝΙΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ Α.Ε. όσο και της ΛΑΜΨΑ Α.Ε. βελτιώθηκε κατά τη διάρκεια της τριετίας. Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων (ROE) για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. εμφάνισε μεγάλη αύξηση και από αρνητική το 2004 (0,77%) διαμορφώθηκε σε 2,22% το 2006. Η ΛΑΜΨΑ Α.Ε. παρουσίασε μεγάλη αύξηση της τάξης του 71,6% και διαμορφώθηκε σε 11,28% το 2006 από 6,57% το 2004.

Η αποδοτικότητα των επενδεδυμένων κεφαλαίων (ROI) σημείωσε αξιοσημείωτη άνοδο και για τις δύο εταιρίες. Πιο συγκεκριμένα ανέρχεται για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. από -1.54% το 2004 στο αρκετά υψηλότερο 0,63% το 2006 γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στη σημαντική βελτίωση του περιθωρίου καθαρών προ φόρων κερδών. Για την ΛΑΜΨΑ Α.Ε. το ROI αυξάνεται από 2,98% το 2004 σε 3,33% το 2005 και διαμορφώνεται σε 4,44% το 2006.

Ο δείκτης αποσβέσεις προς πωλήσεις που δείχνει το ποσοστό των πωλήσεων που απορροφάται από τις αποσβέσεις εμφάνισε αρκετά μεγάλη μείωση κατά το έτος 2006 σε σχέση με τη διετία 2004-2005 που είχε παρατηρηθεί αύξηση για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. η οποία μείωσε το δείκτη της από 16,50% (2005) σε 12,18% (2006), και παρουσίασε μία μείωση για τη ΛΑΜΨΑ Α.Ε. της τάξης του 13,4% από το 2004 (9,12%) στο 2006 (7,89%).

Με την παραδοχή ότι, οι δείκτες αποδοτικότητας ορίστηκαν να έχουν ισοβαρή στάθμιση, δημιουργούμε έναν σταθμισμένο μέσο όρο αποδοτικότητας για τις δυο προς εξέταση εισηγημένες εταιρίες. Πιο συγκεκριμένα για την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. διαμορφώνεται σε 5,45% το 2006 από 3,60% το 2005 και 3,18% το 2004 ενώ για την ΛΑΜΨΑ Α.Ε. σε 15,76% από 12,84% και 13,30% αντίστοιχα. Παρατηρείται λοιπόν μια μεγάλη αύξηση της αποδοτικότητας της εταιρίας ΙΟΝΙΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ Α.Ε. κατά το έτος 2006 σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη καθώς η ίδια τάση παρατηρείται και για τη ΛΑΜΨΑ Α.Ε. η οποία παρουσιάζει μία αύξηση από το 2004 στο 2006 της τάξης του 18,4% και μία ελαφριά μείωση της τάξης του 3,4% από το 2004 στο 2005. Η ΛΑΜΨΑ Α.Ε. παρουσιάζει μεγαλύτερη αποδοτικότητα σε σχέση με την ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. κατά τη διάρκεια της τριετίας (πίνακας 1.6).

Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να σημειωθεί ότι η σταδιακή βελτίωση που παρατηρείται στην ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. από το 2004 και μετά οφείλεται στην ανακαίνιση του ξενοδοχείου Hilton Αθηνών και ιδιαίτερος για το έτος 2004 στην διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα. Τα αντίστοιχα

αποτελέσματα για το 2003 παρουσιάζονται πολύ μειωμένα {πωλήσεις (15,5), ΚΠΤΦΑ (-0,4), ΚΠΦ (-4,9)} λόγω της διακοπής της λειτουργίας του ξενοδοχείου εξαιτίας των επενδύσεων ανακαίνισης και επεκτάσεως του και της τμηματικής επαναλειτουργίας του τον Φεβρουάριο του 2003.

Η βελτίωση και για τα μεγέθη της ΛΑΜΨΑ Α.Ε. μετά το 2004 οφείλεται και σε αυτή την περίπτωση στην ριζική ανακαίνιση του ξενοδοχείου Μεγάλη Βρετανία καθώς επίσης και στην επαναλειτουργία του ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6 ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε. – ΛΑΜΨΑ Α.Ε.*

	ΙΟΝΙΚΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ Α.Ε.			ΛΑΜΨΑ Α.Ε.		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004
ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	%	%	%	%	%	%
Α/Δ Αποδοτικότητας Ενεργητικού (ROA)	2,32	1,41	1,06	6,76	4,56	4,57
Α/Δ Περιθώριο Μικτού Κέρδους	17,37	14,76	18,83	36,57	35,51	38,28
Α/Δ Καθαρού Κέρδους	4,72	1,23	-1,66	19,76	14,19	14,10
Α/Δ Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων (ROE)	2,22	0,52	-0,77	11,28	6,62	6,57
Α/Δ Αποδοτικότητα Επενδεδυμένων Κεφαλαίων (ROI)	0,63	0,06	-1,54	4,44	3,33	2,98
Α/Δ Αποσβέσεων προς Πωλήσεις	12,18	16,50	14,83	7,89	9,15	9,12
Σταθμισμένος μέσος όρος	5,45	3,60	3,18	15,76	12,84	13,30

Πηγή: Ετήσια Δελτία Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε. και Λάμψα Α.Ε.

*Ως "κέρδη εκμ/σεως" έχουν υπολογιστεί τα "κέρδη προ φόρων εισοδήματος" και σαν "καθαρές πωλήσεις" ο λογ/σμος "πωλήσεις"

1.2.3 Οικονομικά αποτελέσματα των ξενοδοχείων της Αθήνας σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες.

Η Αθήνα παρά τη λειτουργία πολλών ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών σε κεντρικά σημεία και βελτιωμένων υποδομών λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, δεν κατάφερε το 2005 να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό άλλων ευρωπαϊκών πόλεων. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία του HotelBenchmark της Deloitte¹⁶ τα έσοδα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της πρωτεύουσας κατέγραψαν σημαντική μείωση της τάξεως του 19,4%, που συνοδεύτηκε με οριακή αύξηση στις πληρότητες. Μόνο τέσσερις ευρωπαϊκές πόλεις μείωσαν του δείκτες εσόδων και πληροτήτων των ξενοδοχειακών τους επιχειρήσεων

¹⁶ Βλ. Διαδίκτυο www.deloitte.com

το 2005, ανάμεσα τους και η Αθήνα σύμφωνα με τα αποτελέσματα του HotelBenchmark της Deloitte . Η Λισαβόνα και η Αθήνα είχαν τις σημαντικότερες απώλειες στα έσοδα, γεγονός που δικαιολογείται, εν μέρει, διότι και οι δύο πόλεις κατά το 2004 είχαν φιλοξενήσει αθλητικά γεγονότα.

Τα αθηναϊκά ξενοδοχεία είδαν τις πληρότητές τους να αυξάνονται οριακά κατά 1,7% σε σχέση με το 2004, όμως η μέση τιμή δωματίου μειώθηκε κατά 20,8% και διαμορφώθηκε σε 134 ευρώ, αντί για 169 το 2004, επίσης ακολούθησε μείωση στο RevPAR (Revenue Per Available Room) κατά 19,4% .Τα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο κυμάνθηκαν στα 84 ευρώ το 2005, έναντι 104 το 2004 (πίνακας 1.7).

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.7 ΟΙ ΚΕΡΑΙΣΜΕΝΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΧΑΜΕΝΟΙ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ ΤΟ 2005

	ΠΛΗΡΟΤΗΤΕΣ %			ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΔΩΜΑΤΙΟΥ €			RevPAR €		
	2005	2004	Διαφορά %	2005	2004	Διαφορά %	2005	2004	Διαφορά %
Ιερουσαλήμ	64,3	50,2	28,0	104	90	15,7	67	45	48,1
Τελ Αβίβ	68,3	54,1	26,1	117	14,1	80	55	43,8	
Κων/πολη	74,4	65,1	14,3	117	94	24,6	87	61	42,4
Μόσχα	72,4	74,6	-3,0	188	139	34,4	136	104	30,4
Βερολίνο	64,4	64,2	0,4	83	85	-2,0	54	55	-1,7
Βαρκελώνη	69,5	69,9	-0,7	121	124	-2,5	84	86	-3,1
Αθήνα	62,7	61,6	1,7	134	169	-20,8	84	104	-19,4
Λισαβόνα	56,4	60,1	-6,2	94	110	-14,5	53	66	-19,8

Πηγή: HotelBenchmark-Deloitte¹⁷

Στη χώρα μας γίνονται σημαντικές προσπάθειες τα τελευταία χρόνια όπως το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνισμού (ΕΠΑΝ) του Υπουργείου Ανάπτυξης (ΥΠΑΝ) μέσω του οποίου δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα η συνολική δαπάνη του ΕΠΑΝ για τον τουρισμό τα δύο τελευταία έτη ανέρχεται στα 315εκ ευρώ, εκ των οποίων τα 120εκ είναι δημόσια δαπάνη και τα υπόλοιπα 195εκ ιδιωτική. Ο συνολικός προϋπολογισμός δράσεων τουρισμού ανέρχεται σε 720 εκ ευρώ, μέσω του ΕΠΑΝ.

Οι προοπτικές της Ελλάδας για τον τουρισμό θα εξαρτηθούν σε μεγάλο βαθμό από τις αποφάσεις που θα παρθούν στο προσεχές μέλλον. Η αύξηση των κερδών

¹⁷ Βλ. Διαδίκτυο www.deloitte.com

προϋποθέτει και προσφορά ποιοτικότερων τουριστικών καταλυμάτων και υπηρεσιών. Έτσι λοιπόν η αύξηση των τιμών πρέπει να συμβαδίζει και με αύξηση της ποιότητας των παρερχομένων υπηρεσιών, αλλιώς μια επιδείνωση της σχέσης κόστους - ποιότητας θα οδηγούσε σε περαιτέρω επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας. Επίσης η κατάστρωση ενός στρατηγικού σχεδίου marketing προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό, θα συμβάλει πολύ στην προώθηση της χώρας και στην αύξηση της ζήτησης και κατά συνέπεια στη μεγιστοποίηση των τουριστικών ωφελειών.

Ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, έτσι λοιπόν η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου κρίνεται ως επιτακτική ανάγκη. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού θα πρέπει να στραφεί η τουριστική βιομηχανία σε εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού.

Η διατήρηση του τουριστικού τομέα σε δυναμική πορεία είναι κρίσιμης σημασίας για το μέλλον της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας. Καλείται λοιπόν τόσο η κυβέρνηση όσο και η αρμόδιοι φορείς να δραστηριοποιηθούν με στόχο την επανατοποθέτηση της Ελλάδας στον τουριστικό χάρτη ως έναν προορισμό υψηλού ποιοτικού επιπέδου.

1.3 Ο ελληνικός τουρισμός στα πλαίσια του ευρωπαϊκού και του διεθνούς ανταγωνισμού

Η Ελλάδα κατέχει τη 10^η θέση στην Ευρώπη και την 16^η θέση ανάμεσα στους δημοφιλέστερους προορισμούς σε όλο τον κόσμο (πίνακας 1.8). Είναι πλέον ένας ώριμος τουριστικός προορισμός που η τουριστική ανάπτυξη του στηρίχθηκε στην προσφορά του κλασσικού τουριστικού προϊόντος, ήλιος & θάλασσα, και ουσιαστικά δεν έχει διαφοροποιηθεί. Εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις παραδοσιακές χώρες προέλευσης (Βορειοδυτική Ευρώπη) και δεν είναι σε θέση να αξιοποιήσει αποτελεσματικά τις νέες πηγές τουριστικής ζήτησης. Επίσης τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των υποδομών της θεωρούνται χαμηλού επιπέδου από τους ίδιους τους παράγοντες του χώρου.

Ο ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από μεσογειακούς τουριστικούς προορισμούς με παρόμοια χαρακτηριστικά. Η Ελλάδα δεν ανταγωνίζεται πλέον μόνο παραδοσιακούς προορισμούς όπως η Ιταλία και η Ισπανία, αλλά και νέους αναδυόμενους, όπως η Τουρκία και η Κροατία¹⁸. Στις χώρες αυτές, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι σε θέση να λειτουργούν με συγκριτικά χαμηλότερο κόστος και κατά συνέπεια να διαθέτουν το τουριστικό προϊόν σε χαμηλότερες τιμές με αποτέλεσμα να αποκτούν συγκριτικό πλεονέκτημα, έναντι των αντίστοιχων ελληνικών.

Η Ελλάδα συγκριτικά με τις άμεσα ανταγωνίστριες χώρες και σύμφωνα με μελέτη του Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), βελτίωσε της θέση της το 2005, αναφορικά με το ρυθμό μεταβολής των αφίξεων. Ο ρυθμός αύξησης των αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δεν ήταν ικανοποιητικός, συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της. Η πτωτική πορεία των αφίξεων ξένων τουριστών στην περίοδο 2001-2004 συνέβαλε στη μείωση του μεριδίου της Ελλάδος στην παγκόσμια και την ευρωπαϊκή αγορά στο 1,6% και 3,0% αντίστοιχα το 2005, από 1,8% και 3,2% το 2000¹⁹. Παρόλα αυτά η σημαντική αύξηση των αφίξεων κατά 7,2% που σημειώθηκε το 2006 έναντι του 2005 είναι ένα θετικό

¹⁸ Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

¹⁹ Βλ. Εθνική Τράπεζα «Ενίσχυση τουρισμού με τη σύμπραξη ιδιωτικών και δημόσιων επενδύσεων»

γεγονός²⁰ και σύμφωνα με τον ΙΤΕΠ προβλέπεται μια αύξηση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα με ρυθμό 8% για το έτος 2007.

Η Ισπανία, η Κροατία και η Τουρκία πραγματοποίησαν ρυθμούς μεταβολής αφίξεων που κυμαίνονται από 6,3% (Ισπανία) μέχρι 23% (Τουρκία). Η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Ιταλία γνωρίζουν χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών. Οι μεγαλύτερες ανταγωνιστικές πιέσεις προέρχονται από την Τουρκία, η οποία τα τελευταία χρόνια εμφανίζει εντυπωσιακή τουριστική ανάπτυξη. Ωστόσο τα τρομοκρατικά χτυπήματα που σημειώθηκαν στην Τουρκία ώθησαν αρκετούς τουρίστες στην αναζήτηση ασφαλέστερων προορισμών διακοπών, με αποτέλεσμα να κατευθυνθούν στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες της Ανατολικής Μεσογείου.

Οι χώρες που κατέχουν τις πρώτες θέσεις στις διεθνείς αφίξεις και βρίσκονται πάνω από την Ελλάδα (πίνακας 1.8) διαφοροποιούνται όσον αφορά τη διάρκεια της τουριστικής τους περιόδου. Πολλές από αυτές τις χώρες και ιδιαίτερες χώρες της Ευρώπης όπως η Γαλλία, η Γερμανία, η Αγγλία, η Ισπανία καθώς και οι ΗΠΑ αποτελούν βασικά business centers με αποτέλεσμα να ελκύουν συνεδριακό τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και κατά συνέπεια να αυξάνουν τις αφίξεις τους²¹. Οι πρωτεύουσες των χωρών αυτών ενδείκνυνται για city breaks καθώς αποτελούν shopping centers, έχουν πολλά θεματικά πάρκα (Disneyland Γαλλία), γήπεδα golf και γενικότερα attractions που αποτελούν δέλεαρ για τους τουρίστες και αφορμή για να τις επισκεφτούν. Η Ισπανία που βρίσκεται και στη δεύτερη θέση, εκτός του ότι αποτελεί σημείο συνάντησης των ισπανόφωνων παγκοσμίως με αποτέλεσμα να δέχεται εκατομμύρια τουρίστες ετησίως έχει επενδύσει σε πολύ μεγάλο βαθμό σε παραθεριστικές κατοικίες (από τα 55 εκατ. τουρίστες που επισκέπτονται σε ετήσια βάση τη χώρα, τα 37 εκατ. έχουν αγοράσει κατοικία εκεί).

²⁰ Πρόεδρος του ΣΕΤΕ κ. Σ. Ανδρεάδης, συνέντευξη τύπου 14/12/06

²¹ Για το 2005 ο συνολικός αριθμός παγκόσμιων συνεδρίων ανά χώρα ήταν: ΗΠΑ (376), Γερμανία (320), Ισπανία (275), Μ. Βρετανία (270) Γαλλία (240) και Ελλάδα (94), Πηγή: ICCA - Βλ. The Tourism Report, τεύχος 40, Μάρτιος 2007

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.8 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΤΑΤΑΞΗ 2005

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ (σε εκατ.)		
1	ΓΑΛΛΙΑ	76,0
2	ΙΣΠΑΝΙΑ	55,6
3	ΗΠΑ	49,4
4	ΚΙΝΑ	46,8
5	ΙΤΑΛΙΑ	36,5
6	ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ	30,0
7	ΜΕΞΙΚΟ	21,9
8	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	21,5
9	ΤΟΥΡΚΙΑ	20,3
10	ΑΥΣΤΡΙΑ	20,0
11	ΡΩΣΙΑ	19,9
12	ΚΑΝΑΔΑΣ	18,6
13	ΜΑΛΑΙΣΙΑ	16,4
14	ΠΟΛΩΝΙΑ	15,2
15	ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ	14,8
16	ΕΛΛΑΔΑ	12,8/14,3*
17	ΤΑΪΛΑΝΔΗ	11,6
18	ΟΥΥΓΓΑΡΙΑ	10,0
19	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	10,0

Πηγή: UNWTO Tourism Highlights, Edition 2006

*Στα 14,3 εκατ. αφίξεις έχουν συμπεριληφθεί οι αφίξεις από Αλβανία, ενώ στα 12,8 δεν έχουν συμπεριληφθεί.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση τουριστών και την αύξηση των εσόδων εντείνεται, καθώς νέοι τουριστικοί προορισμοί εισέρχονται στη διεθνή αγορά. Η Κίνα εισήλθε ενεργά στην τουριστική βιομηχανία και η παρουσία της είναι σήμερα καθοριστική και υπολογίσιμη. Πριν από λίγα χρόνια η Κίνα ήταν 18ος προορισμός στον κόσμο και σήμερα είναι 4ος, ενώ αναμένεται να βρεθεί στην πρώτη θέση πριν από το 2020. Η Γαλλία αναμένεται να πέσει στη κατάταξη στη δεύτερη θέση από την πρώτη που κατείχε το 2000, η ΗΠΑ από την δεύτερη στην τρίτη και η Ισπανία από την τρίτη στην τέταρτη αντίστοιχα (πίνακας 1.9).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) και τον *Dawid de Villiers*, Αναπληρωτή Γενικό Γραμματέα του WTO, υπολογίζεται ότι, εάν οι συνθήκες είναι σχετικά σταθερές κατά τα επόμενα 5-10 χρόνια, θα υπάρξει σε διεθνές επίπεδο μια μέση ετήσια άνοδος της τάξης του 4%-4,5%. Αυτό το ποσοστό ισορροπεί

αφενός μεγάλες αυξήσεις τουριστών σε αγορές όπως της Κίνας και της Μαλαισίας και αφετέρου πτώση του αριθμού τουριστών σε αγορές όπως της Γερμανίας. Έτσι γίνεται σαφές ότι το κέντρο βάρους του τουρισμού αρχίζει να μεταφέρεται από τη Δύση (Ευρώπη και ΗΠΑ) στην Ανατολή (Ασία, Ανατολική Ασία, Ειρηνικός) με τους ευρωπαϊκούς προορισμούς να κινούνται με σχετικά αργούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να σημειωθεί ότι, ο ελληνικός τουρισμός παρότι διατηρεί τον εξαγωγικό του χαρακτήρα, σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής κίνησης πραγματοποιείται από αλλοδαπούς, πολύ βασικός για την Ελλάδα είναι και ο εσωτερικός τουρισμός. Η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα. Μια από αυτές είναι η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού. Μάλιστα το διαφημιστικό πρόγραμμα «Μένουμε Ελλάδα», προβάλλοντας ελληνικούς προορισμούς διακοπών, συνέτεινε στην άνοδο της εσωτερικής τουριστικής κίνησης, διότι προκάλεσε ευρύτερη ευαισθητοποίηση και υπέθαλψε τουριστικό ενδιαφέρον με καθαρά εσωτερικό προσανατολισμό, αποτρέποντας τοιουτοτρόπως σημαντικό, ενδεχομένως, τμήμα δυνητικών τουριστών να αναζητήσει αναψυχή στο εξωτερικό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9. ΟΙ 10 ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ 2000-2020

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ (εκατομμύρια)			ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ
	2020	2000	ΚΑΤΑΤΑΞΗ 2000	ΑΥΞΗΣΗ %
ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ	1.561,1	650,2		4,5
1. Κίνα	130,0	31,2	5	7,4
2. Γαλλία	106,4	75,5	1	1,7
3. ΗΠ.Α.	102,4	50,9	2	3,6
4. Ισπανία	73,9	48,2	3	2,6
5. Χονγκ Κονγκ	56,6	13,1	15	7,6
6. Βρετανία	53,8	25,2	6	3,9
7. Ιταλία	52,5	41,2	4	1,2
8. Μεξικό	48,9	20,6	8	4,4
9. Ρωσική Ομοσπονδία	48,0	21,2	9	4,2
10. Δημοκρατία της Τσεχίας	44,0	5,7	26	10,8

Πηγή: WTO

Η πρόκληση που αντιμετωπίζει η ελληνική τουριστική αγορά, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, είναι η διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της. Η μακροχρόνια έλλειψη πολιτικής και στρατηγικής τα προηγούμενα χρόνια οδήγησαν τον ελληνικό τουρισμό σε μια παρατεταμένη κρίση και πτωτική πορεία σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας με ακόμα μεγαλύτερη πτώση των τουριστικών εσόδων. Η ελληνική κυβέρνηση και όλοι οι αρμόδιοι φορείς πρέπει να πάρουν δραστικά μέτρα προς αυτή την κατεύθυνση. Υπάρχουν δύο προσεγγίσεις για την διατήρηση της ανταγωνιστικότητας: η ηγεσία κόστους και η διαφοροποίηση του προϊόντος.

Σύμφωνα με την πρώτη προσέγγιση, η επίτευξη υψηλών ρυθμών αύξησης της ζήτησης βασίζεται στη μείωση των τιμών στις τουριστικές υπηρεσίες. Έτσι λοιπόν η έλευση των τουριστών θα παρουσιάσει μεγάλη αύξηση, αλλά παράλληλα θα υπάρξει σχετική μείωση στην κερδοφορία που αυτή θα οδηγήσει σε δυσκολία επενδύσεων και σε υποβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών. Αν και ένας προορισμός οφείλει να διατηρεί την ανταγωνιστικότητά του στις τιμές, αυτή δεν είναι από μόνη της ικανή συνθήκη για τη διατήρηση ή τη βελτίωση της θέσης του και ιδιαίτερα στην περίπτωση της Ελλάδας²².

Σύμφωνα με τη δεύτερη προσέγγιση, η ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται όταν η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνεται περισσότερο από το κόστος (value for money). Η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών παίζει σημαντικό ρόλο στη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ποιότητα άλλωστε είναι αυτή που μπορεί να διατηρήσει υψηλά επίπεδα ζήτησης για έναν προορισμό παρά τον εντεινόμενο ανταγωνισμό²³. Η ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι πλέον επιτακτική ανάγκη και αποτελεί τη μόνιμη επιδίωξη. Το ξενοδοχειακό δυναμικό αποτελεί προτεραιότητα όσον αφορά την ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών έτσι ώστε να τις καταστήσει ανταγωνιστικές. Υπάρχουν δεκάδες σημεία που η Ελλάδα μπορεί να ξεχωρίσει, πέραν των φυσικών πλεονεκτημάτων της, και στα οποία μπορεί βασιστεί διαφοροποιώντας το προϊόν της όπως: η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού,

²² Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

²³ Βλ. Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1

η ανάπτυξη μορφών τουρισμού όπως ο τουρισμός πόλεων (city break), ο αρχαιολογικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός..κ.α.

Ο ανταγωνισμός απαιτεί συνεχή επαγρύπνηση, συνεχή βελτίωση της ολικής ποιότητας, συνεχή προσπάθεια μείωσης του κόστους για δεδομένη ποιότητα και συνεχή και «επαρκούς μεγέθους» προβολή και διαφήμιση.

Στο νέο αυτό περιβάλλον, ο Ελληνικός Τουρισμός καλείται να συνεχίσει να ανταγωνίζεται καθιερωμένους ευρωπαϊκούς προορισμούς υψηλής ποιότητας καθώς και τιμολογιακά ανταγωνιστικότερους προορισμούς εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης και να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα της ζήτησης και της προσφοράς.

1.4 Υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο

Η πληθώρα νομοθετικών και γραφειοκρατικών ρυθμίσεων καθώς και οι πολύπλοκες νομικές διαδικασίες αποτελούν ένα μελανό κομμάτι της ελληνικής πραγματικότητας. Οι σχετικά πρόσφατες αλλαγές που εξαγγέλθηκαν από την κυβέρνηση για την αντιμετώπιση ορισμένων ζητημάτων είναι ευπρόσδεκτες και θα ενθαρρύνουν τους επενδυτές ιδιαίτερα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Βάσει του νέου Νομοσχεδίου που κατατέθηκε στη Βουλή στις 25 Ιουλίου του 2006, προτείνεται η απλούστευση και μείωση των δικαιολογητικών για τη χορήγηση του σήματος λειτουργίας των τουριστικών καταλυμάτων. Η κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων καθώς και των ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων γίνεται σύμφωνα με το Άρθρο 16 του Νόμου 3190/2003 (ΦΕΚ 249Α').

Την πρόταση για κατάταξη σε κατηγορία αστέρων των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων, την κάνει ο επιχειρηματίας, ο οποίος υποβάλλει, υπεύθυνη δήλωση, συνοδευόμενη από πίνακες αξιολόγησης, στη Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειάς του ή στον ΕΟΤ. Οι πίνακες αξιολόγησης περιγράφουν αναλυτικά τις λειτουργικές προδιαγραφές και τα βαθμολογούμενα κριτήρια του κύριου ξενοδοχειακού καταλύματος, καθώς και την κατηγορία στην οποία προτείνει ο επιχειρηματίας να καταταγεί. Οι Διευθύνσεις Τουρισμού των Περιφερειών ή ο ΕΟΤ κατατάσσουν τα ξενοδοχειακά καταλύματα αυτά σε κατηγορίες αστέρων και χορηγούν τα νέα ειδικά σήματα λειτουργίας σε αντικατάσταση των παλαιών. Οι υπηρεσίες αυτές διενεργούν κατά καιρούς δειγματοληπτικούς ελέγχους και σε περίπτωση που έχουν δηλωθεί ψευδή στοιχεία με αποτέλεσμα την κατάταξη του ξενοδοχείου σε ανώτερη κατηγορία αστέρων επιβάλλεται ανάκληση του σήματος λειτουργίας, καθώς και πρόστιμο από 500-1000 ευρώ ανά δωμάτιο.

Και στην περίπτωση των ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων ακολουθείται η ίδια διαδικασία, με τη διαφορά ότι αυτού του είδους τα καταλύματα κατατάσσονται σε κατηγορίες κλειδιών και όχι αστέρων και σε περίπτωση ψευδών στοιχείων το πρόστιμο κυμαίνεται από 250 μέχρι 750 ευρώ ανά δωμάτιο. Κάθε πενταετία από την κατάταξη των τουριστικών καταλυμάτων όλων των κατηγοριών ο επιχειρηματίας υποχρεούται να υποβάλει στις αρμόδια Διεύθυνση Τουρισμού της Περιφέρειας αίτημα ανανέωσης της κατάταξης.

Ο περιορισμός της γραφειοκρατίας καθώς και η απλοποίηση, βελτίωση και επιτάχυνση των διαδικασιών είναι επιτακτική ανάγκη και για την Διαδικασία Αδειοδότησης. Πολλές φορές η διαδικασία αυτή αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα που αποθαρρύνει τους ξένους επενδυτές. Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να επισημανθεί ότι πέρα από τους συμφυείς με την επιχειρηματική πρωτοβουλία κινδύνους, που παρεμποδίζουν την ανάπτυξη προστίθεται και ο κίνδυνος της οψιγενούς ακυρωτικής απόφασης από το Συμβούλιο της Επικρατείας, κατά τη διαδικασία της αδειοδότησης. Κατά κανόνα η ακύρωση δεν επέρχεται στο αρχικό στάδιο μιας επένδυσης, πριν ο επενδυτής υποβληθεί σε σοβαρές δαπάνες. Επέρχεται πολύ αργότερα όταν ο επενδυτής, ο οποίος έως και το σημείο εκείνο οδηγεί σύννομα, έχει εκτεθεί οικονομικά. Κρίνεται λοιπόν απαραίτητη η απλοποίηση της διαδικασίας με σκοπό τη δρομολόγηση και την έναρξη υλοποίησης μιας σειράς από μεγάλες επενδύσεις στον τουρισμό.

Συνοπτικά οι απαιτούμενες από την Ελληνική Νομοθεσία διαδικασίες για τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων ανεξάρτητα από τον τρόπο χρηματοδότησης (ίδια κεφάλαια ή αναπτυξιακός νόμος) είναι η εξής²⁴:

1. Προκαταρκτική Περιβαλλοντική Εκτίμηση και Αξιολόγηση (ΠΠΕΑ) και Έγκριση Περιβαλλοντικών Όρων (ΕΠΟ) από την αρμόδια Υπηρεσία του Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ.
2. Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου και αρχιτεκτονικής μελέτης, οι εγκρίσεις χορηγούνται από τις Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) του Ε.Ο.Τ.
3. Οικοδομική άδεια, από κατά τόπους γραφεία πολεοδομίας
4. Ειδικό σήμα λειτουργίας από (ΠΥΤ)

Ο Αναπτυξιακός Νόμος λοιπόν, αποτελεί ένα σημαντικό βήμα για την αύξηση των επενδύσεων στη χώρα μας και σηματοδοτεί την έναρξη μιας τάσης, που προσδοκείται να διατηρηθεί και στο μέλλον. Η ποιοτική αναβάθμιση, η διεύρυνση και ο εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος καθώς επίσης και η απλούστευση και

²⁴ Βλ. Οδηγό Τουριστικών Επενδύσεων, Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004(ΦΕΚ 261/Α/23-12-2004) «Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη & την Περιφερειακή Σύγκλιση», Μάιος 2006

βελτίωση των διαδικασιών αποτελούν στρατηγικούς στόχους για την επίτευξη ενός νομοθετικού πλαισίου ευνοϊκού προς τους επενδυτές.

Ο Αναπτυξιακός Νόμος, στο ποσοστό επιχορήγησης που προβλέπει για τις χαμηλές κατηγορίες ξενοδοχείων (40%), προβλέπει επιπλέον ποσοστό της τάξης του 5% για την επιδότηση δημιουργίας ξενοδοχείων 4 και 5 αστερών, μετατροπή παραδοσιακού ή διατηρητέου σε ξενοδοχειακή μονάδα, εκσυγχρονισμό ξενοδοχείου με αναβάθμιση του σε κατηγορία 4 ή 5 αστερών, εκσυγχρονισμό ξενοδοχείου χαρακτηρισμένου παραδοσιακού ή διατηρητέου και εγκατάσταση των τουριστικών επιχειρήσεων σε Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ).

Στις διατάξεις του αναπτυξιακού νόμου έχουν ενταχθεί επενδύσεις συνολικού ύψους 1 δις. ευρώ για την κατασκευή άνω των 26.000 κλινών. Όπως προκύπτει από τα μέχρι στιγμής στοιχεία, έχουν δοθεί στον ΕΟΤ 234 γνωματεύσεις για 5,4 και 3 αστερών ξενοδοχεία για τη δημιουργία 28.340 κλινών. Το 2005 αντίστοιχα είχαν δοθεί 48 γνωματεύσεις για τη δημιουργία 6.435 κλινών. Από το σύνολο των γνωματεύσεων οι 132 αφορούν πεντάστερα και τετράστερα ξενοδοχεία για την κατασκευή 23.943 κλινών, ενώ λιγότερες δόθηκαν για ξενοδοχεία 3 αστερών για δημιουργία 4.397 κλινών (πίνακας 1.10)²⁵.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.10 ΓΝΩΜΑΤΕΥΣΕΙΣ 2005-2006

ΕΤΟΣ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ		ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 4 ΑΣΤΕΡΩΝ		ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 3 ΑΣΤΕΡΩΝ		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΓΝΩΜΑΤΕΥΣΕΩΝ
	ΑΡΙΘΜΟΣ ΓΝΩΜΑΤΕΥΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΓΝΩΜΑΤΕΥΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΓΝΩΜΑΤΕΥΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ	
2005	6	1.665	19	3.922	23	848	48
2006	82	21.142	50	2.801	102	4.397	234
ΣΥΝΟΛΟ	88	22.807	69	6.723	125	5.245	282

Πηγή: ΕΟΤ, Ενημέρωση 1/11/06

Σύμφωνα με την ανάλυση των στοιχείων, το ενδιαφέρον για τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών κατηγοριών, το 2006, είναι έντονο στις νησιωτικές περιοχές. Από το σύνολο των 28.340 κλινών για ξενοδοχεία 5,4 και 3 αστερών το 2006, περίπου οι 26.140 κλίνες αφορούν νησιωτικές περιοχές, όπως Δωδεκάνησα, Κυκλάδες, Ιόνιο, Βόρειο Αιγαίο και Κρήτη²⁶.

²⁵ Βλ. Διαδίκτυο: www.naftemporiki.gr

²⁶ Βλ. Διαδίκτυο: www.naftemporiki.gr

Οι επιδοτήσεις τόσο των χαμηλών κατηγοριών όσο και των υψηλών θα πρέπει να συνεχιστούν, καθώς η δημιουργία νέων υψηλών προδιαγραφών ξενοδοχείων είναι απαραίτητη για την παρουσία ενός ποιοτικού τουριστικού προϊόντος που έχει ανάγκη ο ελληνικός τουρισμός. Βέβαια η δημιουργία νέων ξενοδοχειακών καταλυμάτων εκσυγχρονισμένων με ευρωπαϊκές προδιαγραφές θα πρέπει να συνοδεύεται και από την απόσυρση του γερασμένου τμήματος της ελληνικής ξενοδοχίας, έτσι ώστε να επιτευχθεί η ποιοτική αναβάθμιση του ξενοδοχειακού μας δυναμικού.

Όλα τα παραπάνω απαιτούν την δημιουργία ενός ευέλικτου, διαφανούς, ασφαλούς, αποτελεσματικού και φιλικού προς τον επενδυτή νομοθετικού πλαισίου, που να διασφαλίζει συγχρόνως την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη της χώρας.

1.5 Προοπτικές βελτίωσης της παρούσας κατάστασης του ξενοδοχειακού κλάδου βάσει Αναπτυξιακού Νόμου και Νόμου Ιαματικού Τουρισμού

Η βιομηχανία τουρισμού στηρίζεται σε ένα τεράστιο δίκτυο επιχειρήσεων από διάφορους οικονομικούς τομείς. Ένας από τους σημαντικότερους τομείς είναι ο ξενοδοχειακός κλάδος καθώς αποτελεί έναν από τους πιο βασικούς συντελεστές της βιωσιμότητας και ανταγωνιστικότητας του τουρισμού και της τουριστικής οικονομίας εν γένει.

Στην Ελλάδα ο ξενοδοχειακός κλάδος βασίζεται σε μικρές και χαμηλής ποιότητας μονάδες. Μόνο το 8,3% του ξενοδοχειακού δυναμικού αντιστοιχεί σε ξενοδοχεία 5 αστέρων. Οι μονάδες χαμηλότερων κατηγοριών αντιμετωπίζουν πληθώρα προβλημάτων, καθώς χαρακτηρίζονται από αδυναμία αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας, παραδοσιακές δομές οργάνωσης και χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης-επιμόρφωσης ή επαρκούς επιχειρηματικής εμπειρίας. Το μικρό αυτό μέγεθος αποτελεί εμπόδιο τόσο στη μείωση του κόστους, όσο και στη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του κλάδου, το οποίο αποτελεί τροχοπέδη για την ανάπτυξη του και γενικότερα για την προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα, είναι η παλαιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων. Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος των καταλυμάτων είναι μεγάλης ηλικίας, καθώς το 36% είναι τουλάχιστον 27 ετών, και ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 9,6% είναι μετά το 2000. Αυτό συνεπάγεται ότι ο κορμός της ελληνικής ξενοδοχίας προσφέρει υπηρεσίες περιορισμένης κλίμακας και ποιότητας αφού βασίζεται σε μονάδες μεγάλης ηλικίας.

Τα ισχνά οικονομικά μεγέθη αποτελούν άλλο ένα βασικό στοιχείο που αποδεικνύει την κακή κατάσταση του ξενοδοχειακού δυναμικού. Η επιδείνωση της κερδοφορίας σε κλαδικό επίπεδο έχει ως αποτέλεσμα η Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων προ Φόρων (ROE) να παρουσιάζεται μειωμένη από 1,7% το 2002 σε -1,1% το 2004, καθώς και το Περιθώριο Καθαρού Κέρδους (ΚΠΦ) να εμφανίζεται αρνητικό σε ποσοστό της τάξης του -3,4%, και μειωμένο κατά 182% σε σχέση με το 2002. Η απόδοση του συνολικού ενεργητικού προ φόρων είναι και αυτή αρνητική σε ποσοστό της τάξης του -0,8% και σε σύγκριση με το ROE εμφανίζεται μεγαλύτερη που σημαίνει ότι η χρησιμοποίηση ξένων κεφαλαίων δεν ήταν επωφελείς. Επίσης οι

ξενοδοχειακές μονάδες εμφανίζουν περιθώριο μικτού κέρδους της τάξης του 23,8% μειωμένο περίπου κατά 6% σε σχέση με το 2002.

Βάσει των παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η ελληνική ξενοδοχία χρειάζεται άμεσα αλλαγές διότι αποτελείται στο μεγαλύτερο μέρος της από μικρές, μεγάλης ηλικίας, ζημιογόνες μονάδες. Ο νέος Αναπτυξιακός Νόμος και ο Νόμος για τον Ιαματικό Τουρισμό και τις λοιπές διατάξεις δίνουν τη δυνατότητα για βελτίωση της παρούσας κατάστασης του ξενοδοχειακού κλάδου.

Πιο συγκεκριμένα ο νέος Αναπτυξιακός Νόμος δίνει τη δυνατότητα για επενδύσεις βάσει διαφόρων ενισχύσεων στους υποψήφιους επενδυτές. Τέτοιου είδους ενισχύσεις είναι η επιχορήγηση ή και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης, που συνίσταται στην δωρεάν παροχή από το Δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου ή καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης για την απόκτηση καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού. Το ύψος της επιδότησης εξαρτάται από την περιοχή στην οποία υπάγεται η επένδυση (περιοχή Α, Β, Γ) καθώς και από το είδος του επενδυτικού σχεδίου (κατηγορία 1 ή 2) και κυμαίνεται από 15-40%. Δίνεται επιπλέον ενίσχυση της τάξης του 5% εφόσον συντρέχουν ορισμένες περιπτώσεις όπως εγκατάσταση των επιχειρήσεων σε Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (Π.Ο.Τ.Α.).

Η φορολογική απαλλαγή αποτελεί ένα άλλο είδος παρεχόμενης ενίσχυσης εξαρτάται και αυτή από την περιοχή και το είδος του επενδυτικού σχεδίου και κυμαίνεται από 50-100%. Εναλλακτικά δίνεται και η επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης που συνίσταται στην κάλυψη τμήματος του μισθολογικού κόστους των δημιουργούμενων θέσεων απασχόλησης και κυμαίνεται από 15-40%. Μάλιστα στις μεσαίες επιχειρήσεις δίνεται επιπλέον ποσοστό ενίσχυσης έως 10% και στις μικρές και πολύ μικρές το αντίστοιχο ποσοστό είναι 20%.

Όσον αφορά το Νόμο για τον Ιαματικό Τουρισμό και τις λοιπές διατάξεις δίνεται η δυνατότητα αλλαγής χρήσης των ξενοδοχειακών κτηρίων εντός σχεδίου ή εντός οικισμού προ του 1923, εφόσον έχουν συμπληρώσει διάρκεια ζωής άνω των 25 ετών, ανεγέρθηκαν νόμιμα και κατά παρέκκλιση των όρων δόμησης και την τελευταία επταετία δεν επιδοτήθηκαν από τον αναπτυξιακό για επενδύσεις εκσυγχρονισμού.

Τα κίνητρα που δίνονται τόσο από τον Αναπτυξιακό όσο και από τον Νόμο για τον Ιαματικό τουρισμό πρέπει να αποτελέσουν εφαλτήριο για την αναβάθμιση του ξενοδοχειακού μας δυναμικού και του τουριστικού μας προϊόντος εν γένει. Οι

ξενοδόχοι και γενικότερα οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο κλάδο πρέπει να εκμεταλλευτούν την ύπαρξη των νόμων αυτών που αποτελούν σταθμό για τον ελληνικό τουρισμό και θέτουν τις βάσεις της νέας εποχής και να προχωρήσουν στις απαραίτητες κινήσεις είτε αλλάζοντας χρήση στο ξενοδοχείο τους, είτε αλλάζοντας πολιτική διοίκησης και διαχείρισης με την αλλαγή του μίγματος marketing.

Όσον αφορά το marketing mix, και πιο συγκεκριμένα το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, οι ξενοδόχοι εκμεταλλεόμενοι τις παρεχόμενες από τον Αναπτυξιακό ενισχύσεις, μπορούν να προβούν στις κατάλληλες ενέργειες και να εκσυγχρονίσουν τις ζημιογόνες μονάδες τους μετατρέποντας τις σε πόλους τουριστικής έλξης. Όχι μόνο η προσφορά ποιοτικότερων ξενοδοχειακών καταλυμάτων αλλά και η τιμολογιακή πολιτική παίζει επίσης καθοριστικό ρόλο καθώς πρέπει να ακολουθείται το value for money. Έχοντας λοιπόν εξασφαλίσει το προϊόν και την τιμή οι ξενοδόχοι θα πρέπει να στρέψουν την προσοχή τους και στη προβολή-διαφήμιση του προϊόντος τους έτσι ώστε να φθάσουν στα επιθυμητά αποτελέσματα και κατά επέκταση στην κερδοφορία.

Από την άλλη πλευρά ξενοδόχοι με μονάδες που δεν είναι βιώσιμες μπορούν αλλάζοντας τους χρήση να τις μετατρέψουν σε κερδοφόρες επιχειρήσεις, βάσει του Νόμου για τον ιαματικό τουρισμό και τις λοιπές διατάξεις. Η μετατροπή τέτοιων μονάδων σε παραθεριστικές κατοικίες αποτελεί μία πολύ έξυπνη κίνηση, καθώς μειώνει πολύ το ρίσκο, εξασφαλίζοντας ταχύτερους ρυθμούς απόσβεσης της επένδυσης. Η στροφή προς το τουριστικό Real Estate, το οποίο συναντά μεγάλη άνθηση σε Ευρώπη και Αμερική, αποτελεί μία νέα τάση η οποία δίνει τη δυνατότητα στους ξενοδόχους και τους εν δυνάμει επενδυτές να διεκδικήσουν μερίδιο στην τουριστική αγορά με ένα πολύ ανταγωνιστικό προϊόν. Προς την κατεύθυνση αυτή μεγάλη συμβολή αποτελεί το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού, το οποίο εξήγγειλε ο Υπουργός ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. κ. Γιώργος Σουφλιάς, και θέτει τους όρους και τις προϋποθέσεις για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας. Μεταξύ των βασικών στόχων του χωροταξικού πλαισίου είναι και η θεσμοθέτηση των σύνθετων τουριστικών και παραθεριστικών δραστηριοτήτων, δηλαδή η συνδυασμένη ανάπτυξη ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών με παραθεριστικές κατοικίες και άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

Το ελληνικό ξενοδοχειακό προϊόν πρέπει να αλλάξει, να αναβαθμιστεί και να καταστεί ανταγωνιστικότερο και συμβατό με εκείνο που απαιτούν οι καιροί. Όλοι οι

εμπλεκόμενοι φορείς πρέπει να στραφούν προς αυτή την κατεύθυνση και πιο συγκεκριμένα οι ξενοδόχοι πρέπει να εγκαταλείψουν τις παλιές πεποιθήσεις και βάσει του Αναπτυξιακού και του Νόμου του ιαματικού τουρισμού να στραφούν σε πιο σύγχρονες μορφές επενδύσεων που να συμβαδίζουν με τις τάσεις της νέας εποχής .

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

1.6 Συμπεράσματα

Ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα είναι σε ένα πολύ κρίσιμο σημείο και από το στάδιο της ωρίμανσης, στο οποίο βρίσκεται, μπορεί είτε να βελτιωθεί πηγαίνοντας το στάδιο της ανάπτυξης, με της κατάλληλες ενέργειες, είτε να επιδεινωθεί πηγαίνοντας προς το στάδιο της ύφεσης, με την κακή διαχείριση του τουριστικού προϊόντος.

Η δημιουργία νέων και πιο σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων (κυρίως υψηλών κατηγοριών) με την παράλληλη απόσυρση των παλαιών, κρίνεται ως επιτακτική ανάγκη. Το 36% του ξενοδοχειακού δυναμικού στην Ελλάδα είναι πριν το 1980, ενώ μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 33,7% είναι πεντάστερα και τετράστερα ξενοδοχεία. Υπάρχει πληθώρα ξενοδοχείων που έχουν προβεί σε μεγάλες επενδύσεις, και δεν εισπράττουν την απόδοση την οποία αναμένουν από την πραγματοποίηση των εν λόγω επενδύσεων. Ο κλάδος στην πλειοψηφία του, απαρτίζεται από παλαιές ζημιογόνες μικρομεσαίες επιχειρήσεις οικογενειακού, συνήθως, χαρακτήρα.

Η κατάστρωση ενός στρατηγικού σχεδίου marketing προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό, θα συμβάλει πολύ στην προώθηση της χώρας. Επίσης, χρειάζεται ενίσχυση της διαφημιστικής προσπάθειας διεθνώς αλλά και σε εθνικό επίπεδο, όπως το διαφημιστικό πρόγραμμα «*Μένουμε Ελλάδα*», με επικέντρωση όχι μόνο στον παραθεριστικό καλοκαιρινό τουρισμό αλλά και στον τουρισμό πόλεων και γενικότερα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η στροφή και σε άλλες μορφές τουρισμού καθώς και στο τουριστικό Real Estate θα συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στον περιορισμό της εποχικότητας που αντιμετωπίζει η Ελλάδα.

Η ποιοτική αναβάθμιση, η διαφοροποίηση και η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος θα επιφέρουν, αύξηση της ζήτησης και επομένως αύξηση των κερδών και της ανταγωνιστικότητας. Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό διότι, δεν έχει να ανταγωνιστεί μόνο τους παραδοσιακούς προορισμούς αλλά και νέους αναδυόμενους.

Τέλος ο καθορισμός κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου είναι βασικός, ώστε ο τουρισμός να αποκτήσει χωροταξικό χαρακτήρα και κάθε περιοχή να αναπτύξει ιδιαίτερη τουριστική κίνηση, προβάλλοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της γνωρίσματα. Προς την κατεύθυνση αυτή έχει στραφεί ο Αναπτυξιακός Νόμος με την επιχορήγηση επενδύσεων για ανέγερση νέων ξενοδοχείων σε περισσότερες

τουριστικές περιοχές και επιτάχυνση των διαδικασιών έγκρισης αδειών καθώς επίσης και το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού, το οποίο εξήγγειλε ο Υπουργός ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. κ. Γιώργος Σουφλιάς με το οποίο δίνονται οι κατευθύνσεις και καθορίζονται οι κανόνες και τα κριτήρια για τη χωρική διάθρωση, οργάνωση και ανάπτυξη του τουρισμού στον ελληνικό χώρο. Οι επιδοτήσεις τόσο των χαμηλών κατηγοριών όσο και των υψηλών θα πρέπει να συνεχιστούν με γνώμονα την ανάπτυξη της χώρας μέσω της προσέλκυσης νέων επενδύσεων. Το κράτος οφείλει να ανοίξει νέους δρόμους, να πολλαπλασιάσει τα κίνητρα καθώς και να στηρίξει τις επιχειρήσεις στον χώρο του τουρισμού.

Τόσο ο Αναπτυξιακός Νόμος όσο και ο Νόμος για τον Ιαματικό τουρισμό δίνουν τη δυνατότητα στους ξενοδόχους να αναβαθμίσουν τις ζημιογόνες μονάδες τους ή να τους αλλάξουν χρήση έτσι ώστε να μπορούν να προσφέρουν ένα ποιοτικό προϊόν που θα ανταποκρίνεται στις τάσεις της νέας εποχής και θα συμβαδίζει με αυτό που προσφέρουν οι ανταγωνιστές στον υπόλοιπο κόσμο. Οι ξενοδόχοι πρέπει να αδράξουν τις ευκαιρίες που προσφέρονται και να μπουν επιθετικά στην αγορά προσανατολιζόμενοι και στη νέα τάση του τουριστικού Real Estate.

Ο τουρισμός για την Ελλάδα σημαίνει ποιότητα και τρόπο ζωής, επικοινωνία και πολιτισμό, ανάπτυξη και ευημερία. Αποτελεί έναν από τους βασικότερους άξονες της ελληνικής οικονομίας καθώς συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στο Ισοζύγιο Πληρωμών, στο ΑΕΠ και την απασχόληση. Ο τουρισμός μπορεί να μετατραπεί σε κινητήρια δύναμη της χώρας με την σύμπραξη τόσο της κυβέρνησης όσο και των αρμόδιων φορέων.

ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ REAL ESTATE

2.1 Τουριστικό Real Estate

Το τουριστικό Real Estate ή Leisure Real Estate, είναι ένας όρος που δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Αμερική και καλύπτει όλο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας που κινείται ανάμεσα στην παραδοσιακή τουριστική και ξενοδοχειακή επιχείρηση και του χώρου του Real Estate και της παραθεριστικής κατοικίας. Πρόκειται δηλαδή για ένα νέο τουριστικό προϊόν που προέρχεται από το συνδυασμό του real estate και του τουρισμού.

Κάποτε το χώρο αυτό κάλυπτε η έννοια του *timesharing*, της αγοράς δηλαδή δικαιώματος χρήσης μιας κατοικίας για μία ή δύο βδομάδες το χρόνο και για διάστημα περίπου 20-80 ετών. Το timeshare είναι αναμφισβήτητα η πιο διαδεδομένη και αναγνωρισμένη μορφή στον τομέα του τουριστικού real estate. Δεν αποτελεί όμως επένδυση, αφού ο ιδιοκτήτης του χρονομερίδιου (*timeshare*) δεν είναι ιδιοκτήτης ακίνητης περιουσίας και δεν απολαμβάνει έσοδα από επενδύσεις ή δικαιώματα από τη λειτουργία του θερέτρου. Το timeshare απευθύνεται σε καταναλωτές μέσου ή χαμηλού εισοδήματος οι οποίοι αναζητούν να καλύψουν ανάγκες ετήσιων διακοπών μικρής διάρκειας σε συνδυασμό με την δυνατότητα αλλαγής προορισμού κάθε χρόνο.²⁷

Μία άλλη μορφή timeshare θα μπορούσε να θεωρηθεί και το *Vacation Ownership*. Το μοντέλο αυτό προέκυψε ως ανάγκη για γνωστά brands του ξενοδοχειακού χώρου, όπως τα Four Seasons, Hilton, Hyatt, Marriott να μπουν στην αγορά του timeshare με ένα διαφοροποιημένο και αναβαθμισμένο προϊόν. Και σε αυτήν την περίπτωση δεν υπάρχει κάποια μορφή ιδιοκτησίας ενώ ισχύουν και τα άλλα χαρακτηριστικά του timeshare. Συνήθως πωλείται σε πακέτα της εβδομάδας,

²⁷ Βλ. Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006

ακολουθείται συγκρατημένη τιμολογιακή πολιτική και αναμένεται να ακολουθήσει παράλληλη πορεία με το timeshare ως «επώνυμη» λύση του.²⁸

Με την πάροδο των χρόνων, η ιδέα της χρήση ιδιοκτησιακών δικαιωμάτων σε παραθεριστικές κατοικίες για μέρος της διάρκειας του χρόνου έχει διευρυνθεί και καλύπτει μια σειρά από διαφορετικά προϊόντα που απευθύνονται σε ολόενα και υψηλότερα εισοδήματα και σε διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών. Τέτοιου είδους προϊόντα είναι τα *Fractionals* (τμηματικές ιδιοκτησίες) και *Private Residence Clubs*, ουσιαστικά είναι το ίδιο προϊόν, που απευθύνονται σε σαφώς ευπορότερους και απαιτητικότερους πελάτες και διαφοροποιούνται πολλαπλά από το τυπικό timesharing. Ο ιδιοκτήτης fractional μοιράζεται την ιδιοκτησία με άλλους σε ποσοστά, που αντιστοιχούν σε χρήση μεταξύ των 4 και 12 εβδομάδων. Ο χρήστης σχεδιάζει να επισκέπτεται και να παραμένει στο θέρετρο για πολύ μεγαλύτερα διαστήματα σε σχέση με το timeshare. Τα συγκροτήματα που απευθύνονται σε αυτήν την αγορά προσφέρουν υπηρεσίες υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών (5 αστέρων/Lux) με αποτέλεσμα στα *Private Residence Clubs* (PRC) να θεωρούνται δεδομένα χαρακτηριστικά του θερέτρου η πολυτέλεια και το ποιοτικό service. Όπως και στο timeshare έτσι και σε αυτήν την περίπτωση τα οφέλη του «ιδιοκτήτη» προέρχονται από την χρήση.

Τα *Destination Clubs* αποτελούν μία άλλη πιο εξελιγμένη μορφή timesharing. Σε αυτή την περίπτωση ο καταναλωτής αγοράζει μία συμμετοχή σε ένα σύστημα club, το οποίο, στο όνομα των μελών του αγοράζει έναν αριθμό από διεθνή πολυτελή καταλύματα, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιούν τα μέλη. Υπάρχουν διάφορες μορφές destination clubs όπως τα *Non-Equity Destination Clubs*, τα *Equity Destinations Clubs*, τα *Global/National Clubs*, τα *Regional Clubs* και τα *Boutique "Theme" Clubs*.²⁹

Μια άλλη μορφή παραθεριστικής κατοικίας είναι τα *Serviced Apartments*, που έχουν αναπτυχθεί τόσο σε τουριστικά θέρετρα όσο και σε πόλεις και απευθύνονται σε ιδιώτες ή στον επαγγελματικό τουρισμό. Ο αγοραστής του διαμερίσματος, εκτός από την ιδιοκτησία του, συμφωνεί για την ύπαρξη διαχείρισης του διαμερίσματος, για την ενοικίασή του ή την διαχείριση του στο πλαίσιο μιας εταιρίας για τη λειτουργία του συνολικού συγκροτήματος. Καλό θα ήταν να αναφερθεί ότι μεγάλα ξενοδοχειακά ονόματα με πείρα στη σχετική διαχείριση προσθέτουν το όνομά τους σε τέτοιου

²⁸ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006

²⁹ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006

είδους επενδύσεις όπως οι Marriott (Marriott Executive Apartments), Accor (Suitehotel), InterContinental (Staybridge Suites) κλπ.

Ta Condominium (Condo) Hotels ή Residential Hotels ακολουθούν την ίδια λογική με τα Serviced Apartments. Πρόκειται για υπερπολυτελή ξενοδοχεία και εξοχικές κατοικίες που προσφέρονται στην ελκυστική «συσκευασία» του ενός και τα οποία γνωρίζουν μεγάλη ζήτηση σε αναβαθμισμένους τουριστικά προορισμούς. Η ιδέα για τα Residence ή Condo-Hotels ξεκίνησε από τις ΗΠΑ, γνώρισε μεγάλη άνθηση σε Γαλλία και Ισπανία, αφού η νομοθεσία διευκόλυνε τους αγοραστές κατοικιών με τη μη καταβολή ΦΠΑ εφόσον νοικιάζουν τα σπίτια τους, και τώρα επεκτείνεται με γρήγορους ρυθμούς σε Πορτογαλία και Τουρκία, ενώ η μεγαλύτερη μερίδα των αγοραστών προέρχεται από Βρετανία, Γερμανία και Σκανδιναβία.³⁰

Τα Residence ή Condo-Hotels είναι ξενοδοχεία –συχνά ενός γνωστού brand– σε λειτουργία, τα οποία διαθέτουν προς πώληση, σε μεμονωμένους επενδυτές, δωμάτια, σουίτες ή στούντιο. Κοινός παράγοντας σε όλες τις μορφές των Condo Hotels είναι η ύπαρξη ενός διευθυντή ο οποίος ρυθμίζει την ενοικίαση των δωματίων, τις λειτουργικές δαπάνες, τη διανομή των κερδών κλπ. Τα Condo Hotels έχουν αναπτυχθεί σε πολλές διαφορετικές παραλλαγές. Ένα ευρέως διαδεδομένο μοντέλο είναι αυτό κατά το οποίο οι ιδιοκτήτες των τουριστικών αυτών κατοικιών τις χρησιμοποιούν για όσο διάστημα επιθυμούν και ύστερα εκμισθώνουν τις κατοικίες τους στον ξενοδόχο, ο οποίος με τη σειρά του νοικιάζει τις παραθεριστικές κατοικίες σε δικούς του πελάτες και αφού αφαιρεί τα συμφωνημένα έξοδα συντήρησης και διαχείρισης μοιράζεται (50/50) τα έσοδα με τον ιδιοκτήτη. Αυτή είναι η λεγόμενη μορφή αγοράς κατοικιών προς χρήση και ενοικίαση BTUL (buy-to-use-and-let). Μία επέκταση του BTUL είναι το PURE (Personal Use, Rental & Exchange)³¹ ένα νέο «προϊόν» το οποίο εισήγαγε η RCI Global Vacation Network (RCI GVN) το οποίο δίνει τη δυνατότητα στους ιδιοκτήτες να ενοικιάζουν ή ακόμα και να ανταλλάζουν τις ιδιοκτησίες τους.

Οι προοπτικές ανάπτυξης του χώρου του τουριστικού Real Estate είναι πραγματικά εντυπωσιακές. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Northcourse Leisure Real Estate Solutions, κορυφαία εταιρεία του χώρου διεθνώς, που ειδικεύεται στην παροχή συμβουλευτικών και μελετητικών υπηρεσιών, η αγορά αυτή θα διπλασιαστεί

³⁰ Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, ta-nea.dolnet.gr

³¹ Βλ. Ventures RCI, April 2007 και Διαδίκτυο: www.rci-timeshare.com

μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, ενώ η ανάπτυξη των πιο πολυτελών μορφών κατοικιών θα ξεπεράσει το 500%.

Τα πλεονεκτήματα της έννοιας της «ιδιοκτησίας διακοπών» είναι πολλαπλά τόσο για τον επενδυτή, όσο και για τον ιδιοκτήτη και ακόμα για ολόκληρη την εθνική οικονομία.

Όσον αφορά τους επενδυτές, κατασκευαστικές ή ξενοδοχειακές εταιρίες, είναι σε θέση να φτιάξουν ξενοδοχειακά συγκροτήματα μεγαλύτερης χωρητικότητας και υποδομών με μικρότερο ρίσκο, καθώς πολύ σημαντικό όφελος είναι οι ταχύτεροι ρυθμοί απόσβεσης της επένδυσης. Έτσι λοιπόν οι αποδόσεις είναι κατά πολύ υψηλότερες από την παραδοσιακή τουριστική αξιοποίηση ή την απλή ανοικοδόμηση. Πιο συγκεκριμένα οι ξενοδόχοι με αυτή τη μορφή επένδυσης μπορούν να εξασφαλίσουν πάγια έσοδα συντήρησης από τους ιδιοκτήτες, σταθερή πελατεία στα τμήματα του ξενοδοχείου (εστιατόρια, bar, spa), καθώς επίσης τους δίνεται και η δυνατότητα μετά από συμφωνία με τους ιδιοκτήτες να επινοικιάσουν τις παραθεριστικές τους κατοικίες σε δικούς τους πελάτες και να μοιραστούν τα έσοδα.³²

Για τους αγοραστές τα οφέλη είναι εξίσου πολλά, καθώς αξιοποιούν την δευτερεύουσα κατοικία τους, εκμισθώνοντάς την, όταν δεν την χρησιμοποιούν, εισπράττοντας ένα εισόδημα από την επένδυσή τους ή τουλάχιστον καλύπτοντας τα έξοδα συντήρησής της. Παράλληλα, απολαμβάνουν ένα πλήθος παροχών και εξυπηρετήσεων, έχοντας ένα ακίνητο αυξανόμενης, συνήθως, υπολειμματικής αξίας χωρίς να παίρνουν λειτουργικό ρίσκο. Στις περιπτώσεις χρονομίσθωσης, δηλαδή χρήσης της παραθεριστικής κατοικίας για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα τα οφέλη διαφοροποιούνται. Στην ουσία, ο «ιδιοκτήτης» απολαμβάνει μία πολυτελή δεύτερη κατοικία, με υπηρεσίες υψηλών απαιτήσεων και σε πολύ χαμηλότερο κόστος από αυτό της πλήρους ιδιοκτησίας. Επιπλέον, επειδή οι μορφές αυτές ιδιοκτησίας κατά κανόνα συνδέονται με εταιρίες ανταλλαγών, δίνεται η δυνατότητα παραθερισμού σε διαφορετικούς προορισμούς κάθε χρόνο.³³

Τα οφέλη είναι εξίσου πολλά και για τις τοπικές κοινωνίες και κατά συνέπεια για τη γενικότερη οικονομία μιας χώρας. Οι πελάτες αυτοί προσφέρουν στις τοπικές κοινωνίες πολύ περισσότερα από ότι οι διανυκτερεύοντες τουρίστες, καθώς έχουν υψηλότερα εισοδήματα, ξοδεύουν περισσότερα χρήματα, κατά συνέπεια αυξάνουν το τουριστικό συνάλλαγμα, αποκτούν σταθερή σχέση με τις τοπικές κοινωνίες, σέβονται

³² Βλ. Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006

³³ Βλ. Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006

το περιβάλλον λόγω του ότι ζουν σε αυτό και θέλουν να προστατέψουν την περιουσία τους. Είναι επίσης οι μεγαλύτεροι υποστηρικτές και «διαφημιστές» της χώρας στην οποία επένδυσαν, εξασφαλίζουν πληρότητα στις τοπικές επιχειρήσεις και ζήτηση κατά του χειμερινούς μήνες και έτσι συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης λόγω της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.³⁴

Γίνεται λοιπόν φανερό ότι η αγορά ή η μίσθωση παραθεριστικής κατοικίας, ωφελεί όλους τους εμπλεκόμενους φορείς ποικιλοτρόπως. Για το λόγο αυτό το τουριστικό Real Estate έχει ιδιαίτερες προοπτικές ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια καθώς όλο και περισσότεροι καταναλωτές απομακρύνονται σταδιακά από τους παραδοσιακούς τρόπους διακοπών και αναζητούν διακοπές ποιότητας και ευελιξίας.

³⁴ Βλ. Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006

2.2 Ποιοι είναι οι αγοραστές της παραθεριστικής κατοικίας

Η αγορά της παραθεριστικής κατοικίας απευθύνεται τόσο σε επενδυτές – developers οι οποίοι είναι συνήθως εταιρίες real estate όσο και σε μεμονωμένους αγοραστές.

Οι developers είναι εταιρίες που έχουν όραμα, είναι σε θέση να διακρίνουν τις προοπτικές ανάπτυξης της εκάστοτε περιοχής και αποσκοπούν στη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης τουριστικής υποδομής και όχι απλώς στην κατασκευή ορισμένων παραθεριστικών κατοικιών. Συνήθως είναι εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά με το real estate ή εταιρίες που έχουν εντάξει αυτή την δραστηριότητα στις υπηρεσίες που παρέχουν. Αυτού του είδους οι εταιρίες είναι ανεπτυγμένες στο εξωτερικό και προχωρούν στην δημιουργία σύνθετων τουριστικών υποδομών μετά από εκτενή μελέτη της εκάστοτε περιοχής. Τέτοιου είδους εταιρίες είναι η Blackstone, η Richard Ellis, η Minoan Group PLC (πρώην Loyalword) και η CPI.³⁵

Στην Ελλάδα η κατασκευή κατοικίας ή συγκροτήματος κατοικιών γίνεται από ιδιώτες, συνεταιρισμούς ή εταιρίες, στο μεγαλύτερο μέρος τους ελληνικών συμφερόντων. Οι εταιρίες αυτές είναι κατά κύριο λόγο κατασκευαστικές δηλαδή δεν πρόκειται για developers, όπως ισχύει στις άλλες χώρες του εξωτερικού, αλλά απλώς για επιχειρηματίες. Παρόλα αυτά γίνονται προσπάθειες από διάφορους ομίλους και εταιρίες για την δημιουργία παραθεριστικών κατοικιών ή και ακόμα ολοκληρωμένων τουριστικών υποδομών. Τέτοιου είδους εταιρίες είναι η J&P Development (θυγατρική εταιρία του ομίλου J&P-Άβαξ), η LAMDA Estate Development, η Ικτίνος Ελλάς (θυγατρική της Ικτίνος Τεχνική και Τουριστική), η Sarbro Development (της οικογένειας Σαραντόπουλου), η εταιρεία real estate του ομίλου Κοπελούζου, ο όμιλος Cybarco, η Εκτέρ (θυγατρική εταιρία του ομίλου ΑΕΓΕΚ), η ΓΕΚ καθώς επίσης και πολλές άλλες.

Εκτός όμως από τις εταιρίες που κατασκευάζουν και επενδύουν σε real estate υπάρχουν και οι υποψήφιοι αγοραστές που είναι οι μεμονωμένοι πελάτες που αγοράζουν είτε από αυτές τις εταιρίες, είτε από μεσολαβητές τις παραθεριστικές κατοικίες. Οι ενδιαφερόμενοι αγοραστές, κατά ένα μεγάλο μέρος, είναι σε ηλικία συνταξιοδότησεως (άνω των 60) που επιθυμούν να ζήσουν σε τόπους με εύκρατο

³⁵ Βλ. Διαδίκτυο: www.minoangroup.com , www.blackstone.com, www.cbre.com

κλίμα και ήρεμο ρυθμό ζωής. Υπάρχουν επίσης οι 50αρηδες (semiretired), οι 30αρηδες οι οποίοι επιθυμούν διαφορετικό και πιο έντονο τρόπο ζωής αποκτώντας ένα σπίτι υψηλού επιπέδου, καθώς επίσης και οι απλοί τουρίστες που επιθυμούν να νοικιάζουν ένα σπίτι για μία σεζόν αντί για ξενοδοχείο.

Η μερίδα των αγοραστών σε ηλικία συνταξιοδότησεως είναι υπολογίσιμη, διότι μικρότερης ηλικίας άτομα δεν έχουν την ίδια οικονομική δυνατότητα για να προβούν σε τέτοιου είδους αγορές. Επιπρόσθετα, η συγκεκριμένη μερίδα αγοραστών πρόκειται να αυξηθεί τις επόμενες δύο δεκαετίες, βάση του United Nations Statistical Data, καθώς θα είναι σε ηλικία συνταξιοδότησεως οι baby boomers, δηλαδή οι άνθρωποι που γεννήθηκαν μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, όταν οι γεννήσεις ήταν ιδιαίτερος αυξημένες .

Από τις παραπάνω κατηγορίες, με εξαίρεση την τελευταία (απλοί τουρίστες), αρκετοί αγοράζουν την κατοικία με σκοπό να κατοικήσουν αυτοί ή τα παιδιά τους. Μια άλλη μερίδα αγοραστών ενδιαφέρεται καθαρά για επενδυτικούς λόγους, με σκοπό είτε να παραχωρήσουν την κατοικία για μίσθωση, είτε να την πουλήσουν και να καρπωθούν το κέρδος.

Βάσει έρευνας της NorthCourse Advisory Services ένας στους πέντε κατοίκους της Μεγάλης Βρετανίας είναι εν δυνάμει αγοραστής χρονομεριστικών μεριδίων (timesharing) - επίπεδο παρόμοιο με αυτό των ΗΠΑ. Το ενδιαφέρον για τα Destination Clubs είναι υψηλότερο στην Ισπανία σε σχέση με άλλες χώρες. Οι Γερμανοί είναι οι καταναλωτές με το μικρότερο ενδιαφέρον για την ιδιοκτησία διακοπών και οι Γάλλοι έχουν το μικρότερο ενδιαφέρον για το timesharing (λιγότερο από ένας στους δέκα).

2.3 Ποια είναι τα κριτήρια που επηρεάζουν την επιλογή για αγορά παραθεριστικής κατοικίας

Η παραθεριστική κατοικία αποτελεί έναν κλάδο στον οποίο τα τελευταία χρόνια έχουν καλλιεργηθεί μεγάλες προσδοκίες. Τόσο οι επενδυτές όσο και οι αγοραστές προσδοκούν ορισμένα βασικά κριτήρια έτσι ώστε να προβούν στην πραγματοποίηση τέτοιου είδους επενδύσεων. Τα κριτήρια αυτά έχουν άμεση σχέση με τη χώρα και τη γεωγραφική περιοχή που πρόκειται να πραγματοποιηθεί η εκάστοτε επένδυση.

Η ομαλή ανάπτυξη και λειτουργία της αγοράς εξοχικής κατοικίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το θεσμικό πλαίσιο. Το θεσμικό περιβάλλον που καλύπτει την επένδυση σε αγορά γης και οικοδομήσεως της είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη της σχετικής αγοράς. Καταρχήν είναι απαραίτητο το ιδιοκτησιακό καθεστώς και οι χρήσεις της γης, στο γεωγραφικό χάρτη της χώρας, να είναι σαφείς και να μην αφήνουν περιθώρια για μελλοντικές αλλαγές και πιθανή απαξίωση της επένδυσης. Η έκδοση άδειας για δόμηση και οι όροι δομήσεως θα πρέπει να είναι επίσης σαφείς, αυστηροί, ευνοϊκοί για αυτού του είδους τις επενδύσεις και με σεβασμό στο περιβάλλον. Εφόσον πληρούνται αυτές οι δύο προϋποθέσεις, δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες ανάπτυξης της αγοράς.

Μια άλλη βασική προϋπόθεση για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος υποψήφιων αγοραστών είναι η προσφορά διαφοροποιημένου προϊόντος. Ο ξένος επενδυτής αναζητεί συνήθως κατοικίες σε περιοχές που διαθέτουν οργανωμένα παραθεριστικά συγκροτήματα και διαφόρων ειδών υποδομές όπως γήπεδα golf, μαρίνες, κέντρα θαλασσοθεραπείας και άλλες υποδομές, καθώς και παραδοσιακούς οικισμούς ή οικισμούς σε ορεινές ή παραθαλάσσιες περιοχές.

Πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η ευκολία πρόσβασης στην περιοχή από το εσωτερικό και το εξωτερικό. Οι ξένοι επενδυτές δίνουν μεγάλη βαρύτητα στη ύπαρξη ενός ολοκληρωμένου δικτύου ποιοτικών υπηρεσιών από τα σημεία άφιξης μέχρι τις παραθεριστικές μονάδες. Οι οδικοί άξονες, τα αεροδρόμια, και τα λιμάνια καθώς και οι αεροπορικές και ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες και, ειδικότερα, η συνέπεια και η συχνότητα των πτήσεων και των δρομολογίων αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την ανάπτυξη της αγοράς της παραθεριστικής κατοικίας.³⁶

³⁶ Βλ. Alpha Bank: Οικονομικό Δελτίο τεύχος 99, Δεκέμβριος 2006

Καταλυτικό ρόλο στις επιλογές των ξένων επενδυτών παίζει η ύπαρξη κατάλληλων ιατροφαρμακευτικών υπηρεσιών. Απαιτείται δηλαδή η παροχή των αναγκαίων υγειονομικών υπηρεσιών με εύκολη πρόσβαση σε νοσοκομεία ή ιατρικά κέντρα. Οι καλές υποδομές στους κλάδους υγείας είναι απαραίτητες, για ένα λόγο παραπάνω, δεδομένου ότι οι αγοραστές είναι σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό συνταξιούχοι, άτομα δηλαδή που χρειάζονται ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.

Επίσης μεγάλης σπουδαιότητας είναι η ποιότητα του ηλεκτρικού και του τηλεπικοινωνιακού δικτύου, του δικτύου Internet, καθώς και η παροχή υπηρεσιών ύδρευσης και αποχέτευσης. Γενικότερα οι αγοραστές παραθεριστικής κατοικίας αναζητούν ικανοποιητικό επίπεδο κοινωνικών παροχών.

Το ασφαλές περιβάλλον αποτελεί άλλο ένα βασικό κριτήριο το οποίο λαμβάνουν υπόψη τους οι υποψήφιοι επενδυτές και αγοραστές. Η απουσία τρομοκρατικών επιθέσεων και οποιαδήποτε άλλη μορφή διατάραξης της κοινωνικής ισορροπίας, καθώς επίσης και η πολιτική σταθερότητα παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή μιας χώρας για αγορά παραθεριστικής κατοικίας.

Ένα ακόμα σημαντικό κριτήριο είναι το κλίμα της κάθε περιοχής. Οι αγοραστές προτιμούν το εύκρατο κλίμα, με τις λιγότερες βροχές και τα λιγότερο έντονα καιρικά φαινόμενα. Η σεισμικότητα μιας περιοχής μπορεί να αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα και σίγουρα απαιτεί την αυστηρή εφαρμογή των κατάλληλων αντισεισμικών κανονισμών.³⁷

Τα πολιτιστικά αξιοθέατα, η φιλοξενία, οι δυνατότητες αναψυχής, η ποιότητα του περιβάλλοντος και της διαβίωσης παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο. Η φυσική ομορφιά και η γραφικότητα είναι ίσως τα πρώτα στοιχεία μιας περιοχής που θα επηρεάσουν τον πιθανό αγοραστή.

Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να αναφερθεί μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την διεθνή εταιρία συμβουλευτικών υπηρεσιών στον κλάδο των ακινήτων King Sturge³⁸ όσον αφορά τα κριτήρια επιλογής για αγορά παραθεριστικής κατοικίας των Βρετανών και Γερμανών πολιτών άνω των 50 ετών .

Οι καλές υποδομές στους κλάδους της υγείας και των μεταφορών αλλά και το χαμηλότερο κόστος διαβίωσης, που θα εξασφαλίζει καλύτερη ποιότητα ζωής, αποτελούν τα σημαντικότερα κριτήρια βάσει των οποίων θα αποφάσιζαν Γερμανοί και Βρετανοί να προβούν σε μία τέτοια επένδυση. Οι καλές υποδομές στους κλάδους

³⁷ Βλ. Διαδίκτυο: www.naftemporiki.gr

³⁸ Βλ. Διαδίκτυο: www.disable.gr

της υγείας και των μεταφορών θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικές για το 44% των Βρετανών και το 34% των Γερμανών, ενώ το χαμηλότερο κόστος διαβίωσης είναι σημαντικό για το 38% και 26% αντίστοιχα.

Το καλό κλίμα και η παρατεταμένη ηλιοφάνεια, που αποτελεί ίσως το πιο δυνατό σημείο της Ελλάδας μεταξύ των παραπάνω, συγκινεί μόλις το 12% των Βρετανών και το 28% των Γερμανών και καταλαμβάνει την τελευταία θέση στη σχετική λίστα.

Δεδομένου ότι αναφερόμαστε σε ηλικιωμένους ανθρώπους, το ασφαλές περιβάλλον και η θετική επίδραση στην υγεία αποτελούν σημαντικά κριτήρια. Αυτό αποτυπώνεται στην έρευνα της King Sturge, με το 28% των Βρετανών και το 32% των Γερμανών να τοποθετούν θέματα ασφάλειας και υγείας υψηλά στη λίστα των απαιτήσεών τους.

Βάσει των όσων αναφέρθηκαν γίνεται εμφανές ότι πολλά κριτήρια επηρεάζουν την επιλογή μιας τοποθεσίας για την δημιουργία παραθεριστικών κατοικιών και μετέπειτα για την αγορά τους. Γίνεται προφανές λοιπόν ότι οποιαδήποτε χώρα επιθυμεί να διεκδικήσει μερίδιο στην πίτα της αγοράς παραθεριστικής κατοικίας θα πρέπει να πληροί, αν όχι όλα, τα περισσότερα από τα παραπάνω κριτήρια έτσι ώστε να καθίσταται ανταγωνιστική.

2.4 Η παραθεριστική κατοικία στο διεθνή και ευρωπαϊκό χώρο-projects που έχουν πραγματοποιηθεί

Η ιδέα του τουριστικού real estate και πιο συγκεκριμένα των condo hotels και των fractionals ξεκίνησε από τις ΗΠΑ και άρχισε να κάνει την εμφάνισή της και στην Ευρώπη με αφετηρία την Γαλλία την Ισπανία την Ιταλία και την Πορτογαλία³⁹.

Η αγορά του τουριστικού Real Estate έχει αναπτυχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό σε Ευρώπη και Αμερική καθώς και σε άλλα μέρη του κόσμου. Τα οφέλη από αυτή τη μορφή τουρισμού έγιναν γρήγορα αντιληπτά από τις χώρες του εξωτερικού και έτσι οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στον τομέα αυτό είναι πολύ μεγάλες.

Γύρω στα 4 εκατ. παραθεριστικές κατοικίες υπολογίζεται ότι έχουν πουληθεί στην Ισπανία, στη Πορτογαλία την τελευταία δεκαετία ενώ πάνω από 10 εκ.⁴⁰ υπολογίζεται ότι έχουν πουληθεί συνολικά στις μεσογειακές χώρες. Ειδικά η Ισπανία πωλεί 150.000 κατοικίες το χρόνο. Μεγάλη άνοδο σημείωσε η αγορά αυτή και στην Κύπρο. Το μη κατεχόμενο τμήμα της χώρας φιλοξενεί για 3 με 8 μήνες το χρόνο περί τους 650.000 τουρίστες που διαθέτουν στο νησί δεύτερη κατοικία, πληθυσμό δηλαδή ισόποσο των μόνιμων κατοίκων του. Στην Πάφο, που αποτελεί την τουριστική αιχμή του νησιού, υπολογίζεται ότι άνω του 65% των κατοικιών έχουν αγοραστεί από ξένους και πιο συγκεκριμένα Βρετανούς.⁴¹

Στο σημείο αυτό θα ήταν καλό να αναφερθούν ορισμένα από τα projects που έχουν πραγματοποιηθεί στις χώρες του εξωτερικού και περιλαμβάνουν ξενοδοχεία με τη μορφή Condo-Hotels, παραθεριστικές κατοικίες, μαρίνες, golf, spa καθώς και πολλές άλλες υποδομές.

Πιο συγκεκριμένα, στην Αμερική τέτοιου είδους τουριστικές υποδομές είναι: το Beach House Halt Moon Bay, το Beach House Hermosa Beach, το Regent (Miami Beach), το Fountainbleau II (Miami Beach), το Sandestin Resort (Sandestin Florida), το Montelago Village Resort (Lake Las Vegas), το Viera (Lake Las Vegas), το La Quinta Resort (La Quinta California), το Village at Squaw Valley (California),

³⁹ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006

⁴⁰ Βλ. Τουριστικός Τύπος, τεύχος 35, Απρίλιος 2007

⁴¹ Βλ. Διαδίκτυο: tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

το Abaco Beach Resort & Boat Harbor (νησί Αμπάκο, Μπαχάμες), το The Lodges at Deer Valley, και το The Village at Mammoth.⁴²

Στην Ισπανία τέτοιου είδους συγκροτήματα αποτελούν, το Nueva Ribera Beach Club, το Roda Golf and Beach Resort, το San Jose, το Polaris World Golf Resort (το οποίο αποτελείται από το Costa del Sol, το El Casar, το El Soto de Marbella, το Golf Gardens, και το La Cala). Η Πορτογαλία επίσης δίνει έμφαση σε τέτοιου είδους επενδύσεις και χαρακτηριστική περίπτωση αποτελεί η δημιουργία παραθεριστικού κέντρου (τέσσερα ξενοδοχεία και 6000 παραθεριστικές κατοικίες)⁴³ στη δασώδη περιοχή Seimbra, νότια της Λισαβόνας, με τη συμμετοχή τη οικολογικής οργάνωσης WWF.

Το τουριστικό Real Estate έχει ιδιαίτερες προοπτικές ανόδου και ανάπτυξης και αυτό συνεπάγεται τη δημιουργία μεγαλύτερων και πιο εξελιγμένων τουριστικών συγκροτημάτων. Η μορφή αυτή του τουρισμού αποφέρει μεγάλα κέρδη στις χώρες που την έχουν αναπτύξει και αυτός είναι και ο λόγος που τα τελευταία χρόνια τα projects και δη αυτά μεγάλου βεληνεκούς όλο και αυξάνουνε.

⁴² Leisure Real Estate Developers Forum, Greg Cory, Economics Research Associates, Chicago October 2005

⁴³ Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr

2.5 Η κατάσταση του τουριστικού real estate στην Ελλάδα

Η πραγματοποίηση μεγάλων τουριστικών επενδύσεων με την παραδοσιακή αμιγώς μορφή γίνεται ολοένα και δυσκολότερη τόσο για την Ελλάδα όσο και για την Ευρώπη γενικότερα. Το μεγάλο κόστος της γης και των παγίων, που αυξάνει όσο οι κατασκευές γίνονται ποιοτικότερες και οι απαιτήσεις για υποδομές μεγαλύτερες, σε συνδυασμό με τα αυξανόμενα επιτόκια και τις πιέσεις της αγοράς για ανταγωνιστικές τιμές, καθιστά σε πολλές περιπτώσεις ασύμφορη την αμιγώς ξενοδοχειακή εκμετάλλευση, ιδιαίτερα εάν η επένδυση περιλαμβάνει και ειδικές τουριστικές υποδομές (γήπεδα golf, μαρίνες) που σημαίνει ότι είναι σε μεγάλο βαθμό εντάσεως γης και μηδενικής κερδοφορίας.

Στόχος λοιπόν και για την Ελλάδα είναι η δημιουργία ενός νέου τουριστικού προϊόντος, που θα προέλθει από το συνδυασμό του real estate και του τουρισμού. Η στροφή στο τουριστικό Real Estate ανοίγει νέους δρόμους ανάπτυξης για τον ελληνικό τουρισμό ενώ παρουσιάζει μεγάλες δυνατότητες για τους επενδυτές. Με την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού οι τουριστικές επενδύσεις θα γίνουν πιο ελκυστικές και ιδιαιτέρως αυτές που αφορούν σε νέα τουριστικά προϊόντα (golf, spa κλπ). Θα δοθεί η ευκαιρία τόσο σε αλλοδαπούς όσο και σε Έλληνες να αγοράσουν ή να μισθώσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα μία παραθεριστική κατοικία που θα είναι ενταγμένη σε μία γενικότερη τουριστική υποδομή (ξενοδοχειακό συγκρότημα), αναλαμβάνοντας ταυτόχρονα και τις υπηρεσίες συντήρησής της. Με τον τρόπο αυτό θα παρέχεται η δυνατότητα μονιμότερης σύνδεσης των τουριστών μεσαίου και υψηλού εισοδήματος με την Ελλάδα και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Η συγκεκριμένη αγορά γνωρίζει ιδιαίτερη άνοδο σε Ευρώπη και Αμερική και άλλες περιοχές του κόσμου, αφού εξυπηρετεί τις ανάγκες των καταναλωτών, το επενδυτικό ενδιαφέρον των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο, καθώς και την ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών και των χωρών εν γένει. Πιο συγκεκριμένα η αγορά παραθεριστικής κατοικίας είναι ανεπτυγμένη σε χώρες όπως η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Γαλλία και η Κύπρος.

Στην Ελλάδα όμως, ο τομέας του τουριστικού Real Estate παραμένει ακόμη ανεκμετάλλευτος καθώς το επενδυτικό περιβάλλον στον τομέα του τουρισμού υστερεί ακόμη σε σχέση με το αντίστοιχο άλλων μεσογειακών τουριστικών προορισμών. Έχουν γίνει ορισμένες προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση οι

περισσότερες, όμως, από τις οποίες έχουν κολλήσει στα γρανάζια της γραφειοκρατίας και όχι μόνο.

Σημαντικές είναι οι προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα της παραθεριστικής κατοικίας που απευθύνεται στους Βορειοευρωπαίους, ιδιαίτερα στους υψηλοσυνταξιούχους, οι οποίοι επιθυμούν να περάσουν ένα μεγάλο μέρος του χρόνου τους στο ζεστό ευρωπαϊκό Νότο. Πρόκειται για μία αγορά με τζίρο άνω των 100 δις Ευρώ από τους αλλοδαπούς επενδυτές που επιθυμούν να αγοράσουν εξοχικά σπίτια στην Ελλάδα. Ειδικοί του χώρου εκτιμούν ότι, όπως στις λοιπές μεσογειακές χώρες, θα αναπτυχθεί και στην Ελλάδα η αγορά της εξοχικής κατοικίας. Πιο συγκεκριμένα ο κ. Μίλτος Καμπουρίδης του Ομίλου Dolphin Capital, εξηγεί ότι σύμφωνα με έρευνες στον κλάδο του real estate, «υπάρχουν 10εκ. Ευρωπαίοι οι οποίοι επιθυμούν “ένα σπίτι στη Μεσόγειο”. Η Ελλάδα μπορεί να αποσπάσει τουλάχιστον ένα 10% αυτής της αγοράς, που αντιστοιχεί σε 1εκ. “πελάτες”». Ο κ. Preben Vestdam, πρόεδρος και CEO της NorthCourse, δήλωσε ότι «πιστεύει στις τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης της Ελλάδας όπως και της διεθνούς ζήτησης. Με αυτό το δεδομένο η Ελλάδα θα μπορέσει να δει τι κάνουν οι άλλες χώρες που ήδη έχουν αναπτύξει τον θεσμό του real estate, και να πράξει ανάλογα, ώστε να δημιουργήσει το κατάλληλο περιβάλλον και το θεσμικό πλαίσιο, που, από τη μία θα ποροφυλάξει τον καταναλωτή και, από την άλλη, θα βοηθά τις σχετικές επενδύσεις».⁴⁴

Ο ανταγωνισμός των λοιπών μεσογειακών αγορών παραθεριστικής κατοικίας (Ισπανία, Πορτογαλία, Γαλλία, Κύπρος κλπ) επιβάλλει την ανάγκη δημιουργίας των κατάλληλων συνθηκών έτσι ώστε η Ελλάδα να μπορέσει να προσελκύσει τους αλλοδαπούς υποψηφίους αγοραστές οι οποίοι επενδύουν τα κεφάλαια τους σε άλλες χώρες.

Παρά το ότι η Ελλάδα υστερεί σε σχέση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες στον τομέα του Τουριστικού Real Estate, βρίσκονται ήδη σε εξέλιξη αρκετά projects για την δημιουργία παραθεριστικών οικισμών και διαμερισμάτων.

⁴⁴ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006

2.5.1 Ποια είναι τα *real estate resort projects* που έχουν γίνει στην Ελλάδα

Όπως και στο εξωτερικό έτσι και στην Ελλάδα, σταδιακά, οι κατασκευάστριες εταιρίες αλλά και οι μεγάλοι επιχειρηματικοί και εφοπλιστικοί όμιλοι έστρεψαν την προσοχή τους προς την ευρύτερη παραθεριστική αγορά και τις επενδύσεις που συνδυάζουν την κατασκευή γηπέδων golf, εγκαταστάσεων ελλιμενισμού και άλλων υποδομών. Αρκετά είναι τα projects που έχουν γίνει σε ολόκληρη την Ελλάδα με την Κρήτη να αποτελεί το σημαντικότερο πόλο έλξης τέτοιων επενδυτικών προτάσεων.

Πρωτοπόρος σε αυτή την αγορά υπήρξε ο Νίκος Κωνσταντινίδης, ένας κατασκευαστής αλλά και οραματιστής που δημιούργησε το Ύδρα Beach και προχώρησε στο Πόρτο Ύδρα-Village, ένα ξενοδοχειακό-τουριστικό συγκρότημα, στην περιοχή Πλέπι της Ερμιονίδας στις αρχές τις δεκαετίας του 80'. Ο οικισμός αριθμεί ήδη 350 βίλες, οι οποίες σχηματίζουν νησάκια που περιβάλλονται από πανέμορφα πλωτά κανάλια συνολικού μήκους 3.5 χιλιομέτρων, και οι οικιστές του απολαμβάνουν και όλες τις παροχές του Πόρτο Ύδρα-Hotel.⁴⁵

Ένα άλλο εξίσου μεγάλο συγκρότημα, το οποίο βρίσκεται στη χερσόνησο της Σιθωνίας στη Χαλκιδική, είναι το Πόρτο Καρράς. Το συγκρότημα του Πόρτο Καρράς, ένα από τα μεγαλύτερα τουριστικά θέρετρα της Ευρώπης -17.630 στρέμματα- διαθέτει 3 ξενοδοχεία και μία βίλλα, μαρίνα δυναμικότητας 315 σκαφών και yachts, εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας και διασκέδασης, υπερσύγχρονο κέντρο Θαλασσοθεραπείας και SPA, Καζίνο και διεθνών προδιαγραφών γήπεδο Γκολφ.

Το 1999 το Συγκρότημα περνάει στα χέρια του Ομίλου της Τεχνικής Ολυμπιακής. Στα σχέδια του νέου ιδιοκτήτη, εκτός από τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων υποδομών (ξενοδοχεία, γήπεδο γκολφ, μαρίνα, οινοποιείο κ.α.), περιλαμβάνονταν και η ανέγερση περίπου 2.500 κατοικιών που θα πωλούνταν σε ιδιώτες. Στις αρχές του 2004, το θέμα της ανέγερσης κατοικιών εντός του συγκροτήματος του Πόρτο Καρράς προκαλεί πολιτική κρίση εξαιτίας της "τροπολογίας Πάχτα" που ενέκρινε την υλοποίηση των εν λόγω επενδυτικών σχεδίων. Η τροπολογία αποσύρεται και τα επενδυτικά σχέδια της Τεχνικής Ολυμπιακής αναστέλλονται, καθώς δεν καταφέρνει να εξασφαλίσει τις απαραίτητες οικοδομικές άδειες για την ανέγερση των παραθεριστικών κατοικιών. Σήμερα και μετά από περίπου τριετήμιση χρόνια, ο κατασκευαστικός Όμιλος πρόκειται να επαναφέρει στο

⁴⁵Βλ. Περιοδικό, Tourism & Property, τεύχος 2, Βλ. Διαδίκτυο: www.portovydra.gr

προσκήνιο την υπόθεση της οικιστικής αξιοποίησης τμήματος του Πόρτο Καρράς και αφορμή γι αυτό στάθηκε η πρόσφατη ανακοίνωση του υπουργού ΠΕΧΩΔΕ για το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό (2/5/2007)⁴⁶.

Οι δύο προαναφερθείσες τουριστικές επενδύσεις καθώς και επενδύσεις αντίστοιχου βεληνεκούς στο εξωτερικό αποτέλεσαν εφαλτήριο για τη δημιουργία νέων επενδυτικών σχεδίων. Δύο από τα μεγαλύτερα projects που είναι ήδη σε εξέλιξη είναι το Cavo Sidero στην Κρήτη και το Navarino Resorts (ή ΠΟΤΑ Μεσσηνίας) στη Δυτική Πελοπόννησο.

Η μεγαλύτερη και πιο σύνθετη ανάπτυξη αφορά έκταση 25.000 στρεμμάτων στη χερσόνησο Σίδερο στο βορειοανατολικό άκρο του Νομού Λασιθίου Κρήτης. Πρόκειται για ένα από τα πλέον πολυσυζητημένα έργα, λόγω του μεγέθους της επένδυσης η οποία εκτιμάται ότι θα ανέλθει σε 1.2 δις Ευρώ. Η έκταση ανήκει στη Μονή Τοπλού, ενώ την ανάπτυξη και εκμετάλλευση έχει αναλάβει από το 1995 και για τα προσεχή 80 έτη (40+40) ένας βρετανικός όμιλος επενδυτών, η Minoan Group Plc (πρώην LoyalWard).

Μετά 11 και πλέον χρόνια προσπαθειών, η εταιρεία παρέλαβε εντός του Φεβρουαρίου την επίσημη έγκριση της μελέτης περιβαλλοντικών όρων και είναι πλέον σε θέση να ξεκινήσουν τα πρώτα έργα υποδομής, τα οποία είναι προγραμματισμένα για τον προσεχή Μάιο, ενώ το φθινόπωρο θα ξεκινήσει και η κατασκευή των κτηρίων. Σύμφωνα με τον σχεδιασμό, προβλέπεται η οικοδόμηση μόλις του 1% της έκτασης, με την κατασκευή έξι τουριστικών χωριών παραθεριστικών κατοικιών, τριών ξενοδοχείων πέντε και τεσσάρων αστέρων και κάποιων συνοδευτικών χώρων αθλητισμού και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Το θέρετρο θα είναι δυναμικότητας 7.000 κλινών και θα ανεγερθούν περί τα 255.000 τμ εκ των οποίων το 65% αφορά κατοικίες.

Το Κάβο Σίδερο θα λειτουργήσει το 2009, ενώ τα έργα θα συνεχιστούν μέχρι το 2017, ώστε να λάβει την πλήρη μορφή του. Στην έκταση θα δημιουργηθούν και δύο γήπεδα golf, τα οποία αναμένεται να στηρίξουν τη λειτουργία του θερέτρου σε δωδεκάμηνη βάση. Η χρηματοδότηση του έργου θα γίνει αποκλειστικά μέσω τραπεζικού δανεισμού, ενώ η Minoan έχει ήδη επενδύσει κεφάλαια ύψους 40,3 εκ ευρώ στην ανάπτυξη του έργου (με τη μορφή διαδοχικών αυξήσεων μετοχικού κεφαλαίου). Αξίζει να σημειωθεί ότι στη μετοχική σύνθεση της Minoan Group Plc

⁴⁶ Διαδίκτυο: www.portocarras.com, www.capital.gr

υπάρχουν 600 μέτοχοι, 15 Έλληνες με μικρό ποσοστό, ενώ 155 είναι μεγάλοι θεσμικοί επενδυτές.⁴⁷

Μια άλλη εξέχουσα μεγάλη επένδυση είναι το Navarino Resorts ή (ΠΟΤΑ Μεσσηνίας) που έχει αναλάβει να υλοποιήσει η Tourism Enterprises of Messinia S.A (TEMES), συμφερόντων της εφοπλιστικής οικογένειας Κωνσταντακοπούλου. Το Navarino Resorts είναι συνολικού προϋπολογισμού της τάξης των 900 εκ. ευρώ και συνίσταται από τέσσερις ανεξάρτητες ιδιοκτησίες (Ρωμανός, Πύλος, Κυνηγός και Ριζόμυλος).

Στην περιοχή του *Ρωμανού* θα δημιουργηθεί το Navarino Bay που θα διαθέτει, εκτός από γήπεδο γκολφ 18 οπών, ένα ξενοδοχείο, δύο παραθεριστικά «χωριά», διαμερίσματα, μονάδες χρονομερισματικής μίσθωσης (time sharing) και πάνω από 100 βίλες. Στην *Πύλο* θα δημιουργηθεί το Navarino Dunes που θα αποτελείται από δύο ξενοδοχεία πολυτελείας, ένα γήπεδο γκολφ 18 οπών επιπέδου championship και πάνω από 250 κατοικίες. Στον *Κυνηγό* θα κατασκευαστεί το Navarino Hills και θα δημιουργηθούν εγκαταστάσεις, που θα απευθύνονται σε μεγαλύτερες ηλικίες, με δύο γήπεδα γκολφ 18 οπών, ξενοδοχείο-σπα και οικιστική ανάπτυξη. Στον *Ριζόμυλο* σχεδιάζεται ένα νέο παραθαλάσσιο χωριό, το Navarino Blue, κοντά στην Καλαμάτα, όπου εκτός από την παραλία και το θαλάσσιο πάρκο, θα λειτουργήσει ένα μικρό γήπεδο γκολφ των 9 οπών, όπως επίσης και εμπορικά καταστήματα και εστιατόρια. Στον Ριζόμυλο προβλέπεται η δημιουργία πέντε ξενοδοχείων των 1.500 δωματίων, ενώ θα τεμαχιστούν και 200 οικόπεδα, για την ανάπτυξη κατοικιών.

Υπολογίζεται ότι 2020 το έργο θα αποτελείται συνολικά από 11 ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικά καταλύματα, 7 γήπεδα γκολφ, πολλαπλά συνεδριακά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας-spa, χώρους αναψυχής και δραστηριοτήτων, καθώς και άλλες σημαντικές υποδομές.⁴⁸

⁴⁷ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006, Βλ. The Tourism Report, τεύχος 40, Μάρτιος 2007, Βλ. Tourism & Property, τεύχος 1, Μάρτιος Βλ. Tourism & Property, τεύχος 2, Απρίλιος 2007, Βλ. Τουρισμός & Οικονομία τεύχος 322, Οκτώβριος 2006, Βλ. Travel Times, τεύχος 36, Απρίλιος 2007, Βλ. Traveling News, αριθμός φύλλου 124, Απρίλιος 2007, Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

⁴⁸ Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006, Βλ. The Tourism Report, τεύχος 40, Μάρτιος 2007, Βλ. Tourism & Property, τεύχος 1, Μάρτιος Βλ. Tourism & Property, τεύχος 2, Απρίλιος 2007, Βλ. Τουρισμός & Οικονομία τεύχος 322, Οκτώβριος 2006, Βλ. Travel Times, τεύχος 28, Μάιος 2006, Βλ. Travel Times, τεύχος 36, Απρίλιος 2007, Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

Εκτός όμως από αυτές τις δύο επενδύσεις έχουν δρομολογηθεί και πολλές άλλες, μικρότερου μεγέθους, σε όλη την Ελλάδα. Μερικές από αυτές τις επενδύσεις καθώς επίσης και οι φορείς τους παρατίθενται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 ΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΟΜΟΛΟΓΟΥΝΤΑΙ ΑΝΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ⁴⁹

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΦΟΡΕΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	ΤΙ ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ	ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ
Όρμος Φανερωμένης Σητεία (Κρήτη)	Ικτίνος Τεχνική Τουριστική και DolphinCI Thirteen Limited	Ξενοδοχείο 5*, μαρίνα φιλοξενίας 85 σκαφών, συνεδριακό κέντρο 500 ατόμων, 800 παραθεριστικές κατοικίες, ένα γήπεδο golf 18 οπών	130 εκατ. ευρώ
Νομός Ρεθύμνου Αγία Γαλήνη (Κρήτη)	Emerald Developments, του Κυπριακού ομίλου Φωτιάδη	Δυο ξενοδοχεία 5*, 35 παραθεριστικές κατοικίες, συνεδριακό κέντρο, spa, γήπεδο golf	310 εκατ. ευρώ
Costa Noria Χανία (Κρήτη)	Όμιλος εταιρειών Λεπτού	Παραθεριστικές κατοικίες, ξενοδοχεία, μαρίνες, κέντρο θαλασσοθεραπείας, golf, αθλητικές εγκαταστάσεις	600 εκατ. ευρώ
Pasiphae Village (Κρήτη)	J&P Development θυγατρική του ομίλου J&P Άβα	33 παραθεριστικές κατοικίες	-
Συγκρότημα «Πετούσα» (Σπέτσες)	J&P Development θυγατρική του ομίλου J&P Άβα	110 εξοχικές κατοικίες	-
Αγ. Ανάργυροι, Νάουσα (Πάρος)	Sarbro Development, οικογένειας Κωνσταντίνου Σαραντόπουλου	24 παραθεριστικές κατοικίες	-
Νάουσα (Πάρος), Paros Village Resort	Paros Village	26 παραθεριστικές κατοικίες	-
Πυργάκι Νάξου, Naxos Resort	Επιχείρηση CRE, Όμιλος Κοπελούζου	Ένα γήπεδο golf , ξενοδοχείο 138 δωματίων και 180 κατοικίες	-

⁴⁹Βλ. The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006, Βλ. Tourism & Property, τεύχος 2, Απρίλιος 2007, Βλ. Τουρισμός & Οικονομία τεύχος 322, Οκτώβριος 2006, Βλ. Traveling News, αριθμός φύλλου 124, Απρίλιος 2007, Βλ. Travel Times, τεύχος 36, Απρίλιος 2007, Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

Ολυμπία Ηλείας (Olympia Resort)	Trident Investment Group LLC και Grand Hotels & Resorts S.A.	Ένα γήπεδο golf, ξενοδοχείο 5* και 180 παραδοσιακές κατοικίες	300 εκατ. ευρώ
Belltower Golf & Residential Development, Θεσπρωτία (μεταξύ Πάργας και Ηγουμενίτσας)	Ελληνοαυστραλιανά συμφέροντα, με διαχειριστή την Albatross Investments & Developments	Δυο συγκροτήματα 38 και 61 πολυτελών εξοχικών κατοικιών	180 εκατ. ευρώ
Belltower Golf and Residential Development (Θεσπρωτία)	Αυστραλιανή Albatross Investments & Developments του επιχειρηματία Ν. Τσάνη.	300 παραθεριστικές κατοικίες, ξενοδοχείο 200 δωματίων, εστιατόρια, σπα, συνεδριακό κέντρο, γήπεδο golf, ακαδημίες τένις και ποδοσφαίρου	180 εκατ. ευρώ
Υστέρνη (Πάρου)	ΓΕΚ κατασκευαστική	38 πολυτελείς εξοχικές κατοικίες	-
Ξυλόκαστρο Κορινθίας	Lamda Development	42 κατοικίες	-
Κάλαθο Ρόδου, Helios Resort	Εταιρία Cybarco Ανάπτυξη Ακινήτων	Πολυτελείς βίλες, ξενοδοχειακές μονάδες, συνεδριακό κέντρο, μαρίνες, γήπεδα golf	-
Ανατολικότερο άκρο ης Κρήτης, «Cavo Salomonti»	3D Development	55 πολυτελείς κατοικίες, ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων και δύο γήπεδα golf	-
Δυτική Ζάκυνθος	Swiss Golf Invest AG	55 bungalows, ξενοδοχείο 5*, γήπεδο golf, ακαδημία golf, κέντρο θαλασσοθεραπείας	45,3 εκατ. ευρώ

2.6 Τα προβλήματα που υπάρχουν στην Ελλάδα ως προς τη διεκπεραίωση των επενδύσεων

Μοχλό ανάπτυξης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί η τουριστική παραθεριστική κατοικία, θέμα το οποίο συζητείται από την πολιτεία και τους αρμόδιους φορείς πολλά χρόνια, όμως τα προβλήματα που υπάρχουν σε πολλούς τομείς στη χώρα μας, αποτελούν τροχοπέδη για τους υποψήφιους επενδυτές. Τέτοιου είδους προβλήματα όχι μόνο διώχνουν επενδύσεις από τη χώρα, αλλά επιπλέον τις εξωθούν σε αναζήτηση καλύτερου επενδυτικού περιβάλλοντος, το οποίο προσφέρουν πολλοί ανταγωνιστές μας στον διεθνή τουριστικό χάρτη.

Τα μεγαλύτερα προβλήματα για την αγορά παραθεριστικής κατοικίας προκύπτουν από το ισχύον θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο. Το ελλιπές και αναχρονιστικό θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο αποτελεί τη σημαντικότερη παράμετρο στο να παραμένουν ασαφή τα όρια μεταξύ του τι επιτρέπεται να κάνει κανείς και τι όχι.

Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια που έχει ως συνέπεια, ο επενδυτής να μην είναι βέβαιος για τον αν θα μπορέσει να υλοποιήσει την επένδυση και για το πώς τελικά θα διαμορφωθεί η αξία της επένδυσής του. Η ανάπτυξη μίας άλλης, μη συμβατής, επένδυσης στην περιοχή (πχ. Βιολογικός καθαρισμός) μπορεί να οδηγήσει σε απαξίωση της τουριστικής επένδυσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η επένδυση της ιαπωνικών συμφερόντων εταιρίας Eurus Energy Hellas S.A. στη Λακωνία, που είχε κολλήσει εξαιτίας της έλλειψης χωροταξικού σχεδίου και των τριών προσφυγών ενός βοσκού στο Συμβούλιο της Επικρατείας.⁵⁰

Η απουσία του Εθνικού Κτηματολογίου, θεωρείται άλλο ένα αγκάθι για τέτοιου είδους επενδύσεις καθώς συνεπάγεται έλλειψη οργανωμένης πληροφόρησης για την ιδιοκτησία της γης. Συνέπεια λοιπόν είναι οι χρονοβόρες διαδικασίες διασαφήσεων και η πιθανή διεκδίκηση ιδιοκτησίας από άλλους φερόμενους ως δικαιούχους που οδηγεί σε περεταίρω καθυστερήσεις και τελικά στην αποθάρρυνση των υποψήφιων επενδυτών.⁵¹

⁵⁰ Βλ. Alpha Bank: Οικονομικό Δελτίο τεύχος 99, Δεκέμβριος 2006, Βλ. Διαδίκτυο: www.kathimerini.gr www.enet.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

⁵¹ Βλ. Alpha Bank: Οικονομικό Δελτίο τεύχος 99, Δεκέμβριος 2006, Travel Times, τεύχος 23, Δεκέμβριος 2005, Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, www.kathimerini.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

Ο κατακερματισμός της γης αποτελεί ένα εξίσου σημαντικό πρόβλημα καθώς πολλές φορές παρατηρείται το φαινόμενο μια έκταση να ανήκει σε πολλούς ιδιοκτήτες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να υπάρχει έλλειψη μεγάλων οικοπέδων άνω των 50 στρεμμάτων τα οποία, είναι κατάλληλα για την ανάπτυξη επενδύσεων αυτού του βεληνεκούς.

Ένα σημαντικό αγκάθι για τις επενδύσεις αποτελούν και τα πολεοδομικά προβλήματα που προκύπτουν και σχετίζονται με τον συντελεστή και τους λοιπούς όρους δόμησης. Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά τους όρους δόμησης τα προβλήματα γίνονται εντονότερα για οικοπέδα μικρότερα των 50 στρεμμάτων, διότι οι όροι είναι λιγότερο ευνοϊκοί από ότι στα μεγαλύτερα. Συνήθως προβλήματα προκύπτουν από τους περιορισμούς για την αρτιότητα των οικοπέδων, για τη μέγιστη επιτρεπόμενη κάλυψή του και για την τοποθέτηση του κτίσματος στο οικόπεδο⁵².

Τροχοπέδη αποτελούν εξίσου και οι γραφειοκρατικές διαδικασίες οι οποίες αποθαρρύνουν τους υποψήφιους επενδυτές. Αυτές σχετίζονται με όλες τις φάσεις της επενδυτικής διαδικασίας, αλλά περισσότερο με τη διαδικασία λήψης άδειας.⁵³ Ο επενδυτής κατά τη διαδικασία αυτή συναντά μεγάλες χρονικές καθυστερήσεις που οφείλονται στη γραφειοκρατία και η έκδοση της άδειας σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να ξεπεράσει και τα πέντε έτη. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η επένδυση στο Κάβο Σίδερο στην Κρήτη όπου καθυστερεί επί μία δεκαετία καθώς ο όγκος της γραφειοκρατίας που απαιτείται είναι τεράστιος και η επένδυση Navarino Resort στη Μεσσηνία όπου στα τέλη του 1997 κατατέθηκε αίτηση για την υλοποίηση της και μόλις φέτος ξεπεράστηκαν και τα τελευταία εμπόδια.

Συντονισμένη επίθεση εναντίον της γραφειοκρατίας και των νομοθετικών αγκυλώσεων που συναντούν αποφάσισαν να πραγματοποιήσουν οι ξένοι επενδυτές που προτίθενται να δραστηριοποιηθούν στην Ελλάδα. Οι ξένοι προχωρούν στη δημιουργία Ένωσης, που στόχο θα έχει την επίτευξη αλλαγών στα ισχύοντα θεσμικά πλαίσια.

Πρόκειται για το Foreign Investments in Tourism Association/FITA (Ένωση Ξένων Επενδυτών στον Τουρισμό) με 4μελές διοικητικό συμβούλιο, ένα νεοσύστατο λόμπι ξένων επενδυτών (κατασκευαστικών, επενδυτικών φορέων, κ.λπ.) οι οποίοι

⁵² Βλ. Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006, Βλ. Alpha Bank: Οικονομικό Δελτίο τεύχος 99, Βλ. Χρήμα & Τουρισμός, τεύχος 123 Ιανουάριος 2007

⁵³ Βλ. Travel Times, τεύχος 23, Δεκέμβριος 2005, Βλ. Travel Times, τεύχος 36, Απρίλιος 2007, Βλ. Τουρισμός & Οικονομία τεύχος 322, Οκτώβριος 2006

σχεδιάζουν να τοποθετήσουν στην Ελλάδα 3 δισ. ευρώ με εγκαταστάσεις στον χώρο του τουρισμού και του real estate, αν ξεπεραστούν τα προβλήματα που οι ίδιοι έχουν συναντήσει στην υλοποίηση μεγάλων επενδύσεων τους στην Ελλάδα.

Η Ένωση Ξένων Επενδυτών Τουρισμού είναι μη κερδοσκοπική Ένωση και, αποτελείται από 11 επενδυτικούς φορείς, των οποίων τα σχέδια βρίσκονται σε διάφορα στάδια ανάπτυξης. Σε ορισμένα απλώς έχει υπογραφεί το προσύμφωνο για αγορά γης και αναμένονται νομοθετικές ρυθμίσεις για την υλοποίησή τους, ορισμένες εταιρείες έχουν προχωρήσει στην αγορά γης, ενώ δύο από τα επενδυτικά σχέδια βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο ωρίμανσης.

Οι παραθεριστικές κατοικίες και γενικότερα το τουριστικό real estate αποτελούν κυρίαρχο στοιχείο των επενδυτικών σχεδίων που έχουν στα χαρτοφυλάκιά τους οι ξένοι επενδυτές. Η FITA λοιπόν αποσκοπεί όχι μόνο στην επίλυση προβλημάτων των επενδυτικών σχεδίων των μελών της, αλλά και να λειτουργήσει και ως οiwνός και άλλων επενδύσεων στον ελληνικό τουρισμό προσελκύνοντας ξένους επενδυτές στους οποίους θα παρέχει συμβουλευτική υποστήριξη.⁵⁴

Προς αυτή την κατεύθυνση θα πρέπει να κινηθεί και η πολιτεία καθώς και οι αρμόδιοι φορείς έτσι ώστε να αρθούν τα μεγάλα εμπόδια και να γίνουν οι απαραίτητες βελτιώσεις του θεσμικού και νομοθετικού πλαισίου και να δοθεί λύση σε όλα αυτά τα προβλήματα με σκοπό την ανάπτυξη επενδύσεων.

Η ολοκλήρωση του Εθνικού Κτηματολογίου, του Εθνικού Χωροταξικού Σχεδιασμού και των ειδικών Χωροταξικών Σχεδίων αναμένεται να βελτιώσουν την κατάσταση και να περιορίσουν τα εμπόδια που υπάρχουν στην ανάπτυξη του τομέα της παραθεριστικής κατοικίας στην Ελλάδα. Το Ειδικό Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό που ετοιμάζει το ΥΠΕΧΩΔΕ, θεωρείται κλειδί για την υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων καθώς θα καθορίσει σε κάθε νομό της χώρας τι είδους επενδύσεις θα μπορούν να γίνουν και με ποιους όρους. Πιο συγκεκριμένα ο Υπουργός ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. κ. Γιώργος Σουφλιάς παρουσίασε στις 2/5/2007 το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού με το οποίο θα τεθούν οι βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στον ελληνικό χώρο. Μεταξύ άλλων στο πλαίσιο για το χωροταξικό σχεδιασμό γίνεται αναφορά για την διάκριση του εθνικού χώρου σε ζώνες τουριστικής ανάπτυξης βάσει της έντασης και του είδους της τουριστικής

⁵⁴ Βλ. Luxury Hellenic Properties, Issue 1, April 2007, Βλ. Διαδίκτυο: www.enet.gr, www.kathimerini.gr, tovima.dolnet.gr, ta-nea.dolnet.gr

δραστηριότητας, την γεωμορφολογία και την ευαισθησία των πόρων. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται ένα σαφέστερο πλαίσιο κατευθύνσεων τόσο ως προς τις αδειοδοτούσες αρχές όσο και ως προς τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις.⁵⁵

Παράλληλα με την δημιουργία του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου η πολιτεία και τα αρμόδια υπουργεία θα πρέπει να ελαχιστοποιήσουν και τη γραφειοκρατία. Το Υπουργείο Τουρισμού μέσω μιας νέα υπηρεσίας (one stop shop), θα δίνει τη δυνατότητα προώθησης τουριστικών επενδυτικών σχεδίων, ενημέρωσης των υποψηφίων επενδυτών, διευκόλυνσης όσον αφορά στις γραφειοκρατικές διαδικασίες και έτσι δραστικής μείωσης του χρόνου που μεσολαβεί από την αρχική εκδήλωση ενδιαφέροντος μέχρι την υλοποίηση της επένδυσης στην Ελλάδα.

Το Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων (ΕΛ.Κ.Ε.), είναι ένας από τους φορείς που έχουν συμβάλει πολύ προς αυτή την κατεύθυνση καθώς αναλαμβάνει όλες τις απαραίτητες χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες διευκολύνοντας τον επενδυτή. Προωθεί, προσελκύει και υποστηρίζει τις ξένες επενδύσεις στην Ελλάδα καθώς πληροφορεί υπάρχοντες και δυνητικούς επενδυτές για συγκεκριμένες επενδυτικές ευκαιρίες⁵⁶.

Στην Ελλάδα είναι απαραίτητο να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, έτσι ώστε να διασαφηνιστεί το ισχύον θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο και να καταστεί υλοποιήσιμο και φιλικό προς τους επενδυτές, έτσι ώστε να ελκύει και όχι να απωθεί τις επενδύσεις.

⁵⁵ Βλ. Εφημερίδα «το Ποντίκι», Μαΐου 2007, Βλ. Διαδίκτυο: www.minenv.gr (Συνέντευξη Τύπου, Υπουργού ΠΕΧΩΔΕ)

⁵⁶ Βλ. Διαδίκτυο: www.elke.gr

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ- ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους και σπουδαιότερους παραγωγικούς κλάδους στην Ελλάδα. Μαζί με τη ναυτιλία ενισχύει την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και επηρεάζει την διάρθρωσή της και την αναπτυξιακή δυναμική των άλλων κλάδων. Συμβάλει στο ΑΕΠ σε ποσοστό 15,1%, στην απασχόληση σε ποσοστό 15,9% καθώς και επηρεάζει τη διαμόρφωση του ισοζυγίου εξωτερικών συναλλαγών που χαρακτηρίζεται από μεγάλο πλεόνασμα στο ισοζύγιο των υπηρεσιών, αντισταθμίζοντας το μεγάλο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου.

Ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί έναν από τους βασικότερους συντελεστές του τουριστικού προϊόντος καθώς η διαμονή αποτελεί μία από τις σημαντικότερες τουριστικές δαπάνες. Τη μερίδα του λέοντος όμως της ελληνικής ξενοδοχίας κατέχουν μικρές (μόνο το 8,3% του ξενοδοχειακού δυναμικού αντιστοιχεί σε ξενοδοχεία 5*), μεγάλης ηλικίας (μόνο το 9,6% των ξενοδοχειακών μονάδων είναι μετά το 2000), ζημιογόνες (ROE -1,1%, ΚΠΦ -3,4%) επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τροχοπέδη για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου και της τουριστικής οικονομίας εν γένει.

Εκτός από τα προβλήματα που σχετίζονται αποκλειστικά με το ξενοδοχειακό δυναμικό και το χαμηλό ποιοτικό επίπεδο των καταλυμάτων υπάρχουν και μία σειρά από προβλήματα χρόνιου χαρακτήρα τα οποία έχουν επίπτωση τόσο στον ξενοδοχειακό όσο και στον τουριστικό κλάδο. Ο ελληνικός τουρισμός και ειδικότερα ο ξενοδοχειακός κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και αδυναμία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Η έντονη εποχικότητα αποτελεί βασικό παράγοντα που επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων στο βαθμό που οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν έχουν κατορθώσει, με τις κατάλληλες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, να επεκτείνουν την τουριστική τους περίοδο σε περισσότερους από 3-4 μήνες, ενώ σε άλλες χώρες αυτό έχει επιτευχθεί.

Σημαντικά προβλήματα επίσης αποτελούν η έλλειψη μακροπρόθεσμης τουριστικής πολιτικής, η απουσία σταθερού επενδυτικού πλαισίου, η ανυπαρξία χωροταξικού σχεδιασμού, τα πολεοδομικά προβλήματα, η γραφειοκρατία και γενικότερα το χαμηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας στον κλάδο. Η επιχειρηματικότητα έχει χαρακτηριστεί από πολλούς ως ο τέταρτος παραγωγικός συντελεστής, η έλλειψη λοιπόν της επιχειρηματικότητας, κάτι το οποίο παρατηρείται στους επιχειρηματικούς κύκλους και στους αρμόδιους φορείς στον τουρισμό, είναι

και ο βασικός παράγοντας που περιορίζει την πλήρη εκμετάλλευση των δυνατοτήτων της Ελλάδας.

Δεδομένης της κατάστασης που επικρατεί στην τουριστική και ξενοδοχειακή πραγματικότητα όλες οι εμπλεκόμενες με τον τουρισμό δυνάμεις, πολιτείας και ιδιωτικού τομέα, απαιτείται να στραφούν σε μια νέα συντονισμένη αναπτυξιακή στρατηγική που θα δώσει ώθηση στον τουρισμό και στην τουριστική οικονομία. Λύσεις για τα προβλήματα υπάρχουν η δυσκολία έγκειται στην εφαρμογή τους. Προς την κατεύθυνση αυτή η προσοχή θα έπρεπε να στραφεί σε ορισμένους καθοριστικούς άξονες δράσης.

Η βελτίωση της ποιότητας και η ανάπτυξη των υφιστάμενων μικρομεσαίων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν και τον κορμό της ελληνικής ξενοδοχίας, αποτελεί βασικό άξονα δράσης τόσο για τους επιχειρηματικούς κύκλους όσο και για την πολιτεία. Τα εν λόγω ξενοδοχεία, τα οποία στην πλειοψηφία τους υποβαθμίζουν και τις εκάστοτε περιοχές, χρειάζεται να επαναπροσδιοριστούν στο διεθνή τουριστικό ανταγωνισμό με ιδιαίτερη ταυτότητα και ποιότητα προσφέροντας εξειδικευμένου χαρακτήρα υπηρεσίες. Βάσει μάλιστα και του Αναπτυξιακού Νόμου δίνονται πολλά κίνητρα, ενισχύσεις και ισχυρή οικονομική στήριξη από την πολιτεία για την αναβάθμιση των υπαρχουσών μονάδων και τη βελτίωση κατά συνέπεια της ανταγωνιστικότητάς τους.

Οι ευεργετικές διατάξεις του Νόμου για τον Ιαματικό Τουρισμό αποτελούν άλλο ένα κίνητρο για τους ιδιοκτήτες ζημιωγόνων ξενοδοχειακών μονάδων οι οποίοι δεν επιθυμούν να τις διατηρήσουν αλλά να αλλάξουν τη χρήση τους δημιουργώντας ευοίωνες προοπτικές κερδοφόρας χρήσης. Η μετατροπή τέτοιων μονάδων σε σύνθετες υποδομές και η στροφή προς τις παραθεριστικές κατοικίες και το τουριστικό real estate αποτελεί μία νέα πρόκληση για τους επιχειρηματίες του κλάδου. Η παραθεριστική κατοικία αποτελεί αναμφισβήτητα μια νέα τάση της τουριστικής πραγματικότητας. Η μορφή αυτή του τουρισμού δεν αποτελεί ανταγωνιστική δραστηριότητα του ξενοδοχειακού κλάδου αλλά λειτουργεί συμπληρωματικά με αυτόν.

Η ανάπτυξη της τουριστικής κατοικίας θα οδηγήσει και σε ανάπτυξη τόσο των τοπικών κοινωνιών όσο και της εθνικής οικονομίας γενικότερα, καθώς θα εξασφαλίσει επαναλαμβανόμενο τουρισμό που με τη σειρά του εξασφαλίζει υψηλές πηγές εισοδημάτων. Η πολιτεία χρειάζεται να προβεί στις απαραίτητες, συντονισμένες και προσεκτικά μελετημένες ενέργειες με στόχο την διεύρυνση του

ελληνικού τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής περιόδου μέσω της προώθησης της παραθεριστικής κατοικίας. Βέβαια θα ήταν καλό να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στους συντελεστές δόμησης και στις άδειες που θα δοθούν για τις παραθεριστικές κατοικίες έτσι ώστε να μην έχουμε ανεξέλεγκτη δόμηση και να μην υιοθετηθεί το μοντέλο της Ισπανίας, κάτι το οποίο θα είναι καταστροφικό για την εικόνα της χώρας.

Παράλληλα με τις παραθεριστικές κατοικίες πρέπει να δοθεί έμφαση και ιδιαίτερη προσοχή και στον εναλλακτικό τουρισμό που και αυτός με την σειρά του συμβάλει στον εμπλουτισμό και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καθώς επίσης και στην διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και στη μείωση της εποχικότητας. Οι εναλλακτικές μορφές αποτελούν ένα πρότυπο αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης καθώς θα δώσουν στην Ελλάδα τη δυνατότητα να ξεφύγει από το παραδοσιακό μοντέλο του «ήλιου και της θάλασσας», που δυστυχώς ακόμα ως ένα βαθμό προωθεί, και να αναδείξει και τις άλλες πτυχές της.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού. Η πραγματοποίηση συνεδρίων σε πολύ τακτά χρονικά διαστήματα σε συνδυασμό με τους υψηλής εισοδηματικής τάξης συνέδρους έχει ωθήσει πολλές χώρες προς αυτή τη μορφή τουρισμού (το 60% των συνεδρίων παγκοσμίως πραγματοποιείται στην Ευρώπη). Στην Ελλάδα απαιτείται να ενισχυθεί ο συνεδριακός τουρισμός ως μία σημαντική συνιστώσα της τουριστικής ανάπτυξης της χώρας και να αναπτυχθούν υπεσύγχρονα αμιγώς συνεδριακά κέντρα, με ευρωπαϊκές προδιαγραφές, που να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και των πιο απαιτητικών πελατών.

Ο τουρισμός πόλεων (city break) αποτελεί αναμφισβήτητα κλειδί για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται το φαινόμενο των σύντομων διακοπών για περισσότερες από μία φορές το χρόνο, και τα city breaks αποτελούν την ιδανική λύση για σύντομες διακοπές. Η ανάδειξη και η αναβάθμιση, λοιπόν, αξιόλογων στοιχείων του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος των μεγάλων πόλεων (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο) καθώς και των τουριστικών περιοχών με αξιόλογα αστικά κέντρα (Βόλος, Ναύπλιο, Ξάνθη, Ιωάννινα Ρέθυμνο) με τη συνεργασία της πολιτείας με την τοπική αυτοδιοίκηση κρίνεται επιτακτική.

Ο θαλάσσιος τουρισμός παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας και στον εμπλουτισμό του τουριστικού μας προϊόντος. Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα ατελείωτα χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών, τα χιλιάδες ελληνικά νησιά, και το εναλλασσόμενο τοπίο της,

καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού. Η δημιουργία λιμένων και η αναβάθμισή τους καθώς και η δημιουργία μαρίνων, αποτελούν βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού. Η Ελλάδα πρέπει να αναπτύξει τις κατάλληλες υποδομές έτσι ώστε να είναι σε θέση να φιλοξενεί σκάφη αναψυχής και yachts καθώς επίσης και να προωθήσει την αγορά της κρουαζιέρας. Προς αυτή την κατεύθυνση έχουν στραφεί και τα οργανωμένα τουριστικά συγκροτήματα τα οποία εντάσσουν μέσα στις υποδομές τους και υπερσύγχρονες μαρίνες.

Ο αγροτουρισμός είναι μία άλλη μορφή τουρισμού στην οποία χρειάζεται να δοθεί έμφαση καθώς συμβάλει στην ανάπτυξη της υπαίθρου και αποτελεί μοχλό οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της περιφέρειας και ολόκληρης της χώρας εν γένει. Είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, και την καθημερινή ζωή των κατοίκων με σεβασμό στο περιβάλλον και την παράδοση. Η Ελλάδα διαθέτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού και είναι αναγκαίο να δημιουργήσει τα απαραίτητα θέρετρα για να είναι σε θέση να φιλοξενεί και τη μερίδα εκείνη των τουριστών που αναζητούν να έρθουν σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον.

Δύο άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ο ιαματικός και ο αθλητικός τουρισμός. Όσον αφορά την πρώτη μορφή έχουν γίνει προσπάθειες για να προωθηθεί και μέσω του Νόμου για τον Ιαματικό Τουρισμό καθώς η Ελλάδα διαθέτει πολλές ιαματικές πηγές και ο συνδυασμός τους με κέντρα θαλασσοθεραπείας, αναψυχής και παραθερισμού μπορεί να προσελκύσει ένα διόλου ευκαταφρόνητο αριθμό τουριστών. Όσον αφορά την δεύτερη μορφή, τον αθλητικό τουρισμό, λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων έγιναν μεγάλα βήματα στην δημιουργία σύγχρονων και εξελεγκμένων υποδομών οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες. Στην Ελλάδα εκτός από τις αμιγώς αθλητικές εγκαταστάσεις θα μπορούσε να δοθεί έμφαση στην κατασκευή γηπέδων golf, τα οποία συνήθως συνδυάζονται με παραθεριστικές κατοικίες, καθώς έλκουν εκατομμύρια τουρίστες και αμβλύνουν την τουριστική περίοδο (οι καλύτερες εποχές για golf είναι η άνοιξη και το φθινόπωρο).

Η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και η μείωση της εποχικότητας, εκτός από τον προσανατολισμό στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μπορεί να επιτευχθεί και με την αύξηση του εσωτερικού τουρισμού. Ο ελληνικός τουρισμός μπορεί να

διατηρεί τον εξαγωγικό του χαρακτήρα αλλά παράλληλα να εμπλουτίζεται και να αναπτύσσεται και μέσω του εσωτερικού τουρισμού. Η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα. Μια από αυτές είναι η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού.

Το διαφημιστικό πρόγραμμα «*Μένουμε Ελλάδα*», προβάλλοντας ελληνικούς προορισμούς διακοπών, συντέινει στην άνοδο της εσωτερικής τουριστικής κίνησης, διότι προκάλεσε ευρύτερη ευαισθητοποίηση και υπέθαλψε τουριστικό ενδιαφέρον με καθαρά εσωτερικό προσανατολισμό, αποτρέποντας τοιουτοτρόπως σημαντικό, ενδεχομένως, τμήμα δυνητικών τουριστών να αναζητήσει αναψυχή στο εξωτερικό. Χρειάζεται όμως να γίνει μεγαλύτερη προσπάθεια από πλευράς πολιτείας προκειμένου να δοθούν κίνητρα στους Έλληνες ταξιδιώτες να γνωρίσουν την Ελλάδα που ίσως αγνοούν, λόγω έλλειψης πληροφόρησης και ενημέρωσης από τους αρμόδιους φορείς.

Η σωστή προβολή του τουρισμού αποτελεί και αυτή με τη σειρά της άλλο ένα άξονα δράσης στον οποίο απαιτείται να επικεντρωθούν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς. Ο τρόπος με τον οποίο ο ελληνικός τουρισμός διαφημίζεται και προβάλλεται αποτελεί κεφαλαιώδες ζήτημα. Κάθε ενέργεια προβολής πρέπει να χαρακτηρίζεται από εξειδίκευση και ευρηματικότητα, αναλόγως με το κοινό στο οποίο απευθύνεται, να είναι αποτέλεσμα εμπειριστατωμένης μελέτης και να αναδεικνύει τα ειδικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.

Η αναβάθμιση των δημόσιων υποδομών της χώρας αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους παράγοντες για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού τομέα. Η ανάπτυξη της υποδομής στις μεταφορές, όπου συμπεριλαμβάνονται το οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, τα λιμάνια, οι μαρίνες και οι ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες, τα αεροδρόμια και οι αεροπορικές συγκοινωνίες, καθώς επίσης και στους τομείς των επικοινωνιών και τη υγείας αποτελεί προϋπόθεση για την ανάδειξη συγκεκριμένων περιοχών της χώρας σε αξιόλογους τουριστικούς προορισμούς. Η επίτευξη αναβαθμισμένων δημοσίων υποδομών και κατά συνέπεια και του τουριστικού προϊόντος προϋποθέτει μία μακροπρόθεσμη, συγκροτημένη και συντονισμένη εθνική πολιτική.

Η ανάπτυξη χωροταξικού σχεδιασμού αποτελεί άλλον ένα άξονα δράσης, στον οποίο επιβάλλεται να επικεντρωθεί το κράτος και ο οποίος είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξη του τουρισμού. Απαιτείται άμεση εφαρμογή του

χωροταξικού σχεδίου για την εγκατάσταση των τουριστικών επιχειρήσεων με πρόβλεψη για την προστασία του περιβάλλοντος και χωρίς αναίτιες γραφειοκρατικές διαδικασίες και καθυστερήσεις. Το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό που προωθείται από το Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. πρόκειται να συμβάλει αποτελεσματικά προς αυτή την κατεύθυνση καθώς μεταξύ άλλων θα διευκρινίσει, μέσω των ζωνών τουριστικής ανάπτυξης, τι είδους επενδύσεις θα μπορούν να γίνουν και με ποιους όρους.

Τέλος ένα βασικό σημείο στο οποίο θα έπρεπε να εστιάσουν το ενδιαφέρον τους, η πολιτεία, το κράτος και όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς και το οποίο αποτελεί τροχοπέδη για την βελτίωση του τουριστικού και ξενοδοχειακού κλάδου είναι η έλλειψη σωστής καταγραφής των μεγθών της τουριστικής οικονομίας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τόσο οι επιχειρηματικοί κύκλοι όσο και το ίδιο το κράτος να μην έχουν έγκυρη ενημέρωση και σωστή πληροφόρηση με αποτέλεσμα να συναντούν προβλήματα όσον αφορά στην ενημέρωση των εξελίξεων, στην πρόβλεψη των επερχόμενων καθώς και στην προσαρμογή τους στις νέες απαιτήσεις. Η ύπαρξη δορυφόρων λογαριασμών και η συστηματοποιημένη καταγραφή βασικών μεγθών.

Ο τουριστικός και ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι δύο κλάδοι αλληλένδετοι και αλληλοεξαρτώμενοι. Η ύπαρξη ζημιολόγων ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και τα προβλήματα που σχετίζονται με την εποχικότητα, τον χωροταξικό σχεδιασμό, την γραφειοκρατία έχουν όλα έναν κοινό παρονομαστή τη λανθασμένη νοοτροπία και την έλλειψη επιχειρηματικότητας. Προτάσεις και λύσεις για τα προβλήματα υπάρχουν τόσο για τη βελτίωση των ξενοδοχειακών υποδομών και των υποδομών εν γένει, όσο και για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και τη βελτίωση του χωροταξικού σχεδιασμού, την εξάλειψη της γραφειοκρατίας και των πολεοδομικών προβλημάτων. Αυτό που χρειάζεται είναι μια συντονισμένη προσπάθεια από όλες τις πλευρές για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος και την απογείωση του τουρισμού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία

- Βαρβαρέσος Σ. : Τουρισμός: Έννοιες, Μελέτες, Δομές. Η Ελληνική Πραγματικότητα, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000
- Γιώργος Μ. Κορρές & Στυλιανός Κ. Δρακόπουλος: Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Διοίκηση Παραγωγής, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
- Νικήτας Α. Νιάρχος: Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων, Εκδόσεις Α. Σταμούλης
- Βιβλίο Πρακτικών HAPCO, 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό & Επαγγελματικό Τουρισμό, 14-15 Ιανουαρίου 2005
- Βιβλίο Πρακτικών HAPCO, 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό & Επαγγελματικό Τουρισμό, 17-18 Μαρτίου 2006
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος, Guide to the Greek Hotels, Αθήνα 2006
- Ελληνική Εταιρία Στατιστικών και Οικονομικών Πληροφοριών (Hellastat), Ξενοδοχειακός κλάδος, Φεβρουάριος 2006

Οικονομικά Δελτία και Έρευνες Τραπεζών

- Eurobank EFG: Eurobank Research Οικονομία & Αγορές, «Τουρισμός και Ελληνική Οικονομία», τεύχος 8, 25 Οκτωβρίου 2006, έτος 1
- Τράπεζα της Ελλάδος: Τεύχος 100, Δεκέμβριος 2006

- Τράπεζα της Ελλάδος: Οικονομικό Δελτίο 27, Ιούνιος 2006
- Alpha Bank: Οικονομικό Δελτίο τεύχος 99, Δεκέμβριος 2006

Περιοδικός τύπος

- Travel Times, τεύχος 21, Σεπτέμβριος 2005
- Travel Times, τεύχος 23, Δεκέμβριος 2005
- Travel Times, τεύχος 28, Μάιος 2006
- Travel Times, τεύχος 31, Οκτώβριος 2006
- Travel Times, τεύχος 36, Απρίλιος 2007
- Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 322, Οκτώβριος 2006
- Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 327, Μάρτιος 2007
- Χρήμα & Τουρισμός, τεύχος 123, Ιανουάριος 2007
- Χρήμα & Τουρισμός, τεύχος 124, Φεβρουάριος 2007
- Χρήμα & Τουρισμός, τεύχος 125, Μάρτιος 2007
- The Tourism Report, τεύχος 35, Οκτώβριος 2006
- The Tourism Report, τεύχος 40, Μάρτιος 2007
- Tourism & Property, τεύχος 1, Μάρτιος 2007
- Tourism & Property, τεύχος 2, Απρίλιος 2007
- Tourism & Property, τεύχος 3, Μάιος 2007

- Τάσεις – Η ελληνική οικονομία 2005
- The Ideal Destination Greece For Alternative Tourism Fifth Annual Edition 2006-2007
- Ventures RCI, April 2007
- Luxury Hellenic Properties, issue 1, April 2007

Εφημερίδες

- Εξπρές, Ελληνικός Τουρισμός, Απρίλιος 2007
- Traveling News, αριθμός φύλλου 124, Απρίλιος 2007
- Το Ποντίκι, 3 Μαΐου 2007
- Τουριστικός Τύπος, τεύχος 35, Απρίλιος 2007

Διαδίκτυο

- www.grhotels.gr
- www.statistics.gr
- www.gnto.gr
- www.sete.gr
- www.hapco.gr
- www.hatta.gr
- www.poet.gr
- www.minenv.gr
- www.ypan.gr
- www.icap.gr
- www.iobe.gr
- www.itep.gr

- www.elke.gr
- www.wttc.org
- www.hellastat.com
- www.statbank.gr
- www.deloitte.com
- www.world-tourism.org
- www.bankofgreece.gr
- www.eurobank.gr
- www.alpha.gr
- www.nbg.gr
- www.emporiki.gr
- www.ionianhe.gr
- www.grandebretagne.gr
- www.enet.gr
- www.ethnos.gr
- www.athensnews.gr
- www.kathimerini.gr
- www.naftemporiki.gr
- www.imerisia.gr
- www.kerdos.gr
- www.express.gr
- tovima.dolnet.gr
- www.apogevmatini.gr
- www.cpress.gr
- analitis.com
- www.traveldailynews.gr
- news.travelling.gr
- www.touristnews.gr
- www.tourismandproperty.gr
- www.traveltimes.gr
- www.money-tourism.gr
- www.economist.gr

- www.economics.gr
- www.allmedia.gr
- www.agrotravel.gr
- www.synedrio.gr
- www.hgf.gr
- www.mjourney.com
- www.disabled.gr
- www.capital.gr
- www.portohydra.gr
- www.portocarras.com
- www.minoangroup.com
- www.blackstone.com
- www.northcourse.com
- www.rci-timeshare.com
- www.cbre.com
- www.intercontinental.com
- www.marriott.com

Έγινε Χρήση Μηχανών Αναζήτησης

- Google
- In.gr

ΑΚΡΩΝΥΜΑ & ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΞΕΕ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
ΕΣΥΕ	Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος
ΣΕΤΕ	Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΙΤΕΠ	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων
ΠΥΤ	Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού
ΕΛΚΕ	ΕΛηνικό Κέντρο Επενδύσεων
ΧΑΑ	Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών
HAPCO	Hellenic Association Professional Congress Organizers
ICCA	International Congress & Convention Association
WTTC	World Tourism Travel Council
WTO	World Trade Organization
UNWOT	World Tourism Organization
FITA	Foreign Investments in Tourism Association
ΕΠΑΝ	Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΑΝταγωνισμού
ΠΟΤΑ	Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης