



Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τ.Ε.Φ.
36

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ
ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998-2008**

ΕΠΙΒΛ. ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΚΑΛΑΝΤΩΝΗΣ ΠΕΤΡΟΣ
ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΦΡΑΓΚΑΚΗ ΜΑΡΙΑΝΝΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 68

ΑΘΗΝΑ 2012



ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ

Το θέμα της εργασίας αυτής είναι η «ανάλυση ρευστότητας, βιωσιμότητας και αποδοτικότητας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην περιφέρεια της Αττικής για την δεκαετία 1998-2008».

Στα πλαίσια του διεθνούς τουριστικού γίγνεσθαι πρέπει να προσδιοριστεί ο ρόλος της Αθήνας σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο προκειμένου η πόλη να ανταποκριθεί στον έντονο ανταγωνισμό του τουρισμού πόλεων. Προκειμένου να αποσαφηνιστεί η χρηματοοικονομική κατάσταση του κλάδου κρίνεται αναγκαία η ανάλυση όλων των παραγόντων που έχουν αντίκτυπο σε όλη την οικονομία της χώρας. Σημαντικό είναι επίσης να προσδιοριστεί και να αναλυθεί η στρατηγική επισκόπηση του κλάδου σε σύγκριση με τους παράγοντες που τον επηρεάζουν, όπως η χρηματοοικονομική κρίση, η αύξηση της τιμής του πετρελαίου και οι έντονες διακυμάνσεις συναλλαγματικών ισοτιμιών. Η χρηματοοικονομική ανάλυση αποτελεί σημαντικό εργαλείο για τη συναγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την φερεγγυότητα, την δυναμική και την ακολουθούμενη πολιτική των επιχειρήσεων σε ένα ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον αγοράς. Σε αυτό το περιβάλλον οι ξενοδοχειακές μονάδες συγκρίνονται με ανάλογες στην υπόλοιπη Ευρώπη και ανά τον κόσμο, καθώς οι μεταβολές επηρεάζουν την τουριστική οικονομία και σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο.

Η εργασία αποσκοπεί στην διερεύνηση των καλύτερων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιφέρεια της Αττικής, μέσω των κατάλληλων χρηματοοικονομικών δεικτών. Η άντληση πληροφοριών μέσω των εν λόγω δεικτών και η αξιολόγηση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών των οικονομικών μονάδων παρέχουν μια εικόνα για την κατάσταση του ξενοδοχειακού κλάδου από το 2004 έως το 2008, όπου έγινε και η εκτενής ανάλυση των δεδομένων. Τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που θα προκύψουν θα δώσουν μια ολοκληρωμένη εικόνα της κατάστασης που επικρατεί στον ξενοδοχειακό κλάδο, καθώς και των διαφόρων τάσεων και προοπτικών για την ανάπτυξη του. Τέλος, η μελέτη αυτή στοχεύει στην εύρεση μέτρων και ανάλυση νέων προοπτικών που θα μπορούσαν να τονώσουν τον ξενοδοχειακό κλάδο μετά από μια δεκαετία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή θεματολογείται στην ανάλυση της χρηματοοικονομικής ρευστότητας, βιωσιμότητας και αποδοτικότητας του ξενοδοχειακού κλάδου στο νομό Αττικής την δεκαετία 1998-2008. Εξαιτίας όμως της δύσβατης πρόσβασης στα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων η ανάλυση των μετρήσεων περιορίστηκε στα έτη 2004-2008. Το εύρος των επιχειρήσεων που επιλέχτηκε αφορά ξενοδοχεία πολυτελείας και πέντε αστέρων. Τα οικονομικά στοιχεία των εν λόγω επιχειρήσεων αντλήθηκαν από πληροφορίες της βιβλιοθήκης του Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ, της Α.Σ.Ο.Ε. και του διαδικτύου. Τα κριτήρια επιλογής των ξενοδοχειακών μονάδων ήταν το αντικείμενο δραστηριότητας και ο βαθμός αστεριών. Το δείγμα των επιχειρήσεων που επιλέχτηκε για ανάλυση περιορίστηκε από τα τριάντα ένα ξενοδοχεία στα δεκαέξι και αντιπροσωπεύει τις μονάδες στο νομό Αττικής, που έχουν μοναδικό αντικείμενο δραστηριότητας την εκμετάλλευση ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και φέρουν οικονομικά στοιχεία ξέχωρα του ομίλου στον οποίο ανήκουν. Οι επιχειρήσεις αυτές έχουν νομική μορφή ανώνυμης εταιρίας, μη εισηγμένης στο χρηματιστήριο και διαθέτουν προσωπικό από 75 άτομα έως και 345.

Αρχικά λοιπόν έγινε μια αναφορά στο θεσμικό πλαίσιο, τις προδιαγραφές και τα κριτήρια που απαιτούνται για την έναρξη και λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων. Στη συνέχεια παρουσιάστηκαν με αριθμούς και στοιχεία η πληρότητα, οι διανυκτερεύσεις, η αποδοτικότητα και το δυναμικό του ξενοδοχειακού κλάδου.

Για την έρευνα και τη διεξαγωγή συμπερασμάτων ήταν αναγκαία η συλλογή οικονομικών στοιχείων. Αυτά τα στοιχεία απεικονίζονται στον ισολογισμό και την κατάσταση αποτελεσμάτων της κάθε εταιρίας. Για αυτό το λόγο στο επόμενο κεφάλαιο αναλύθηκαν η έννοια και η χρήση των ισολογισμών. Προκειμένου να αναλυθούν αυτά τα στοιχεία που απορρέουν από τους ισολογισμούς χρησιμοποιήθηκαν οι αριθμοδείκτες, των οποίων η έννοια και η χρήση προσδιορίστηκε εκτενέστερα στο επόμενο κεφάλαιο.

Η διεξαγωγή συμπερασμάτων λήφθηκε με βάση τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις οικονομικές μετρήσεις, με τη χρήση αριθμοδεικτών. Εν όψει των προβλημάτων που διαφαίνονται προτάθηκαν λύσεις και στη συνέχεια αναλύθηκαν τάσεις και προβλέψεις για την εικόνα των ξενοδοχείων μετά από μια δεκαετία. Ωστόσο, κρίνεται αναγκαία η μελέτη όλων των παραγόντων, εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος, που επηρεάζουν τα οικονομικά μεγέθη μιας επιχείρησης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΚΛΑΔΟΥ	9
1.1 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	9
1.2 ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΑΔΟΥ	12
1.3 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	13
1.4 ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΛΑΔΟΥ	14
1.5 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΞΟΛΟΓΙΣΜΩΝ	19
2.1 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ	21
2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΤΑΒΟΛΩΝ	22
2.3 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	24
2.4 ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΜΑΛΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	27
2.5 ΔΙΑΓΝΩΣΗ ΞΟΛΟΓΙΣΜΟΥ	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ	29
3.1 ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ	31
3.1.1 Γενικής Ρευστότητας	32
3.1.2 Άμεσης Ρευστότητας	33
3.2 ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ	33
3.2.1 Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων	33
3.2.2 Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης	34
3.2.3 Δείκτης χρηματοδότησης παγίων	35
3.2.4 Δείκτης υπερχρέωσης επιπέδου και κεφαλαιακής μόχλευσης	35
3.2.5 Δείκτης σχέσεως κεφαλαίου	36
3.2.6 Δείκτης βαθμού παγιοποίησης	37
3.2.7 Δείκτης αυτοχρηματοδότησης	37
3.3 ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	38
3.3.1 Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων	39
3.3.2 Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων	39
3.3.3 Δείκτης μικτού κέρδους ή περιθωρίου	40
3.3.4 Δείκτης κόστους πωληθέντων	41
3.3.5 Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων	42
3.3.6 Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΙΩΝ	43
4.1 ΑΙΡΟΤΕΛ STRATOS VASSILIKOS	43
4.2 ATHENS ACROPOL HOTEL	45
4.3 ATHENS LEDRA MARRIOTT	46
4.4 ATHENS LIFE GALLERY	47

4.5 CROWNE PLAZA ATHENS CITY CENTRE	48
4.6 DIVANI CARAVEL.....	50
4.7 GRAND RESORT LAGONISSI	51
4.8 INTERCONTINENTAL ATHENAUM ATHENS.....	53
4.9 NJV ATHENS PLAZA	55
4.10 PARK HOTEL ATHENS	56
4.11 PENTELIKON HOTEL.....	58
4.12 ROYAL OLYMPIC HOTEL	59
4.13 SEMIRAMIS	61
4.14 SOFITEL ATHENS AIRPORT	62
4.15 ST GEORGE LYCABETTUS	64
4.16 THE MARGI.....	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ	67
5.1 ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ	67
5.1.1 Δείκτης άμεσης ρευστότητας.....	67
5.1.2 Δείκτης γενικής ρευστότητας.....	67
5.2 ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ	68
5.2.1 Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο ενεργητικού.....	68
5.2.2 Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης	69
5.2.3 Δείκτης υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης.....	70
5.2.4 Δείκτης σχέσεως κεφαλαίου	71
5.2.5 Δείκτης χρηματοδότησης παγίων.....	72
5.2.6 Δείκτης βαθμού παγιοποίησης.....	73
5.2.7 Δείκτης αυτοχρηματοδότησης παγίων.....	74
5.3 ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	75
5.3.1 Δείκτης απόδοσης ίδιων κεφαλαίων.....	75
5.3.2 Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων	76
5.3.3 Δείκτης μικτού κέρδους	77
5.3.4 Δείκτης κόστους πωληθέντων.....	78
5.3.5 Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων	79
5.3.6 Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού.....	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ.....	82
6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	83
6.1.1 Πολιτική Διάσταση.....	84
6.1.2 Οικονομική Διάσταση.....	86
6.1.3 Κοινωνική Διάσταση.....	87
6.1.4 Τεχνολογική Διάσταση.....	88
6.1.5 Περιβαλλοντική Διάσταση.....	89
6.1.6 Νομική Διάσταση.....	90
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	91

6.2.1 Δυνατά σημεία.....	93
6.2.2 Αδυναμίες.....	93
6.2.3 Απειλές.....	95
6.2.4 Ευκαιρίες.....	96
6.3 ΕΙΔΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΣ ΜΕΛΕΤΗ	97
6.3.1 Οικονομική κρίση.....	98
6.3.2 Τιμή πετρελαίου.....	99
6.3.3 Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν - Απασχόληση.....	101
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	102
7.1 ΤΑΣΕΙΣ.....	103
7.2 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	104
7.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	105
7.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	107
7.5 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	109
ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 1	114
ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 2	114
ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 3	114
ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 4	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	116
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	120
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	121
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.....	123
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.....	124
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5.....	126

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Πληρότητα των ξενοδοχείων στο Δήμο Αθηναίων, τη Νομαρχία Αθηνών και την Περιφέρεια Αττικής (πλην Νήσων).....	12
Διάγραμμα 2: Συγκριτική εξέλιξη των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Αθήνας την περίοδο 1998-2007 με έτος βάσης το 1998 (τιμή έτους βάσης = 100).....	13
Διάγραμμα 3: Μερίδιο εθνικότητας στις συνολικές ξενοδοχειακές διανυκτερεύσεις της Αθήνας την περίοδο 1999-2006.....	14
Διάγραμμα 4: Αναλογία ξενοδοχειακών κλινών Αθήνας και υπόλοιπης Αττικής επί των συνολικών ξενοδοχειακών κλινών της Αττικής (πλην Νήσων)* την περίοδο 2000-2007.....	15
Διάγραμμα 5: Δείκτης γενικής και άμεσης ρευστότητας.....	68
Διάγραμμα 6: Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων.....	69
Διάγραμμα 7: Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης.....	70
Διάγραμμα 8: Δείκτης υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης.....	71
Διάγραμμα 9: Δείκτης σχέσεως κεφαλαίων.....	72
Διάγραμμα 10: Δείκτης χρηματοδότησης παγίων.....	73
Διάγραμμα 11: Δείκτης βαθμού παγιοποίησης.....	74
Διάγραμμα 12: Δείκτης αυτοχρηματοδότησης.....	75
Διάγραμμα 14: Δείκτης απόδοσης ίδιων κεφαλαίων.....	76
Διάγραμμα 15: Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων.....	77
Διάγραμμα 16: Δείκτης μικτού κέρδους / περιθωρίου.....	78
Διάγραμμα 17: Δείκτης κόστους πωληθέντων.....	79
Διάγραμμα 18: Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων.....	80
Διάγραμμα 19: Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού.....	80
Διάγραμμα 20: Τιμές πετρελαίου 1972 - 2008.....	100

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: <i>Airotel Stratos Vassilikos</i>	45
Πίνακας 2: <i>Athens Acropol Hotel</i>	46
Πίνακας 3: <i>Athens Ledra Marriott</i>	47
Πίνακας 4: <i>Athens Life Gallery</i>	48
Πίνακας 5: <i>Crowne Plaza Athens City Centre</i>	50
Πίνακας 6: <i>Divani Caravel</i>	51
Πίνακας 7: <i>Grand Resort Lagonissi</i>	53
Πίνακας 8: <i>Athenaum Intercontinental Athens</i>	55
Πίνακας 9: <i>NJV Athens Plaza</i>	56
Πίνακας 10: <i>Park Hotel Athens</i>	58
Πίνακας 11: <i>Pentelikon Hotel</i>	59
Πίνακας 12: <i>Royal Olympic Hotel</i>	61
Πίνακας 13: <i>Semiramis</i>	62
Πίνακας 14: <i>Sofitel</i>	64
Πίνακας 15: <i>St George Lycabettus</i>	65
Πίνακας 16: <i>The Margi</i>	66
Πίνακας 17: Δείκτης ανταγωνιστικότητας τιμών στις τουριστικές υπηρεσίες (2007).....	108

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ρόλο της φιλοξενίας έχουν αναλάβει οικονομικές μονάδες, τα ξενοδοχεία. Με βάση το νόμο, ως ξενοδοχείο θεωρείται η επιχείρηση που λειτουργεί μέσα ή έξω από πόλεις προσφέροντας κατάλυμα με ή χωρίς διατροφή. Αυτή η επιχείρηση ενοικιάζει καταλύματα και ίσως εστιατόρια, μπαρ και άλλα συμπληρωματικά προϊόντα για τις ανάγκες φιλοξενούμενων.

Η φιλοξενία έχει περάσει από τρεις φάσεις από την αρχή, από την εποχή των αρχαίων πολιτισμών. Η πρώτη φάση αφορά εποχές δύσκολες και επικίνδυνες για ταξιδιώτες. Για αυτό οι πολιτισμένες κοινωνίες επιζητούσαν την ευκαιρία φιλοξενίας, καθότι απομυζούσαν πληροφορίες σε σημαντικά στρατιωτικά, πολιτιστικά και τεχνικά θέματα. Στη δεύτερη φάση το εμπόριο ήταν κίνητρο για να πραγματοποιούνται περισσότερα ταξίδια. Εκείνη την περίοδο, καθώς οι ταξιδιώτες ήταν αρκετοί και μειώθηκε το ενδιαφέρον για φιλοξενία, μεσολάβησε η πολιτεία για την εύρεση καταλύματος των ξένων. Η τρίτη φάση ήταν η περίοδος κατά την οποία άρχισαν οι ξένοι να πληρώνουν για κάποιο κατάλυμα, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν τα ξενοδοχεία.

Ακόλουθη πορεία είχε και ο θεσμός της φιλοξενίας στην αρχαία Ελλάδα. Η φιλοξενία ήταν σημαντική για την κοινωνία διότι συνέδεε άτομα οποιασδήποτε κοινωνικής τάξης. Ο ξένος απολάμβανε το καθιερωμένο λουτρό, φορούσε τα πολυτελή ενδύματα του και καθόταν σε θρόνο για να γευματίσει με τον οικοδεσπότη. Με την ανάπτυξη του εμπορίου, των επιστημών, των τεχνών δημιουργήθηκε “ο θεσμός της δημόσιας φιλοξενίας” αλλά και της “προξενίας” καθότι υπογραφόταν συνθήκη για την προστασία των ξένων. Εμφανίστηκαν επομένως τα δημόσια ξενοδοχεία, τα λεγόμενα “καταγώγια” δίπλα σε ναούς ή περιοχές που διοργανώνονταν εορτές και αγώνες, μαζί τους και το επάγγελμα του “ξεναγού” δηλαδή του σημερινού ξεναγού. Σε αντίθεση με τα καταγώγια, που ήταν αφιλοκερδή, εμφανίστηκαν τα πανδοχεία για την ξεκούραση των ταξιδιωτών. Με τον καιρό προσέφεραν και συμπληρωματικές υπηρεσίες, τις οποίες με το πέρασμα του χρόνου βελτίωσαν ποιοτικά. Σαν αποτέλεσμα της αυξανόμενης ζήτησης για στέγη, λειτούργησαν και επιχειρήσεις ενοικίασης σκηνών. Έτσι φτάσαμε στο σήμερα, όπου τα ξενοδοχεία κατηγοριοποιούνται σε αστέρια ανάλογα με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν.¹

¹ Δρ. Λαλούμης, Δ. (2006). Ιστορική προσέγγιση του ξενοδοχειακού κλάδου, ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.drattte.gr/ARTHRA/2006hotelstory.htm> στις 11/3/1010.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΚΛΑΔΟΥ

1.1 Θεσμικό πλαίσιο

Οι προδιαγραφές των καταλυμάτων διακρίνονται σε λειτουργικές και τεχνικές και είναι υποχρεωτικές. Τα κριτήρια με τα οποία βαθμολογούνται τα καταλύματα είναι προαιρετικά, αλλά παίζουν σημαντικό ρόλο καθώς συμμετέχουν στην τελική κατάταξη των ξενοδοχείων. Οι προδιαγραφές και τα κριτήρια διαφέρουν και είναι ανάλογα με το αν το καταταχθέν ξενοδοχείο είναι πόλης ή παραθερισμού.² Τα ξενοδοχεία πόλης βρίσκονται σε περιοχές εντός σχεδίου ή εντός ορίων οικισμού, ενώ τα ξενοδοχεία παραθερισμού σε περιοχές εκτός σχεδίου.³ Τα ξενοδοχεία όσον αφορά στα κριτήρια βαθμολογούνται με αριθμό μορίων, ο οποίος ορίζεται στη βάση του ανά λειτουργική μορφή και είναι υποχρεωτικό να πληροί το κάθε κατάλυμα τον απαιτούμενο αριθμό μορίων προκειμένου να καταταχθεί.⁴

Σύμφωνα με το προεδρικό διάταγμα υπ' αριθμόν 43 οι προδιαγραφές για την κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων με σύστημα αστερών και τεχνικές λειτουργίες έχουν ως εξής:⁵ Με βάση το άρθρο 1 του διατάγματος, τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα του άρθρου 2 παρ. 1 περίπτωση Α' του Ν. 2160/93 η κατάταξη των ξενοδοχείων από ένα έως πέντε αστέρια, είναι η πλέον διαδεδομένη διεθνώς, ωστόσο τα κριτήρια αξιολόγησης των ξενοδοχείων και ο τρόπος εφαρμογής τους διαφέρουν από χώρα σε χώρα.

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από το τελευταίο διεθνές συνέδριο του World Tourism Organization, έδειξαν ότι είναι πρακτικά αδύνατο να υπάρχει ομοιομορφία κατάταξης κατά αστέρια σε διεθνές επίπεδο. Αυτό συμβαίνει γιατί η παιδεία και η κουλτούρα διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή του πλανήτη. Οι κατασκευαστικές τεχνικές ανάμεσα ακόμα και σε χώρες της ίδιας Ηπείρου, όπως για παράδειγμα ανάμεσα στην Βόρεια και Νότια Ευρώπη, είναι ακόμα ένας λόγος. Τέλος, οι κλιματολογικές συνθήκες ανάμεσα σε τουριστικούς προορισμούς δε συμβάλει στην ομοιομορφία

² Πουλάκου – Ευθυμιάτου, Α. (2006). *Επιτομή Τουριστικού Δικαίου*, (σελ. 48), εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή.

³ ΠΔ 43/2002 “Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και προδιαγραφές αυτών”, άρθρο 5, παρ. 4, (ΦΕΚ 201/Α), ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.kozani.gr/KYE/pdf/43a2002.pdf> την 5/4/2009.

⁴ ΠΔ 43/2002 “Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και προδιαγραφές αυτών”, άρθρο 4, παρ. 2, (ΦΕΚ 201/Α), ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.kozani.gr/KYE/pdf/43a2002.pdf> την 5/4/2009.

⁵ Πουλάκου – Ευθυμιάτου, Α. (2006). *Επιτομή Τουριστικού Δικαίου*, (σελ. 61), εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή

κατάταξης.⁶ Ωστόσο, οι λειτουργικές μορφές των ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι κοινές με βάση τη διεθνή νομοθεσία. Αυτές ορίζονται ως εξής:

A. Ξενοδοχεία κλασσικού τύπου

Τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου κατατάσσονται σε πέντε κατηγορίες αστερών. Στην κατηγορία ενός αστέρου κατατάσσονται μόνο ξενοδοχεία που προήλθαν από μετατροπές υφισταμένων κτιρίων. Σε αυτή την περίπτωση δε μπορεί να επεκταθεί με προσθήκη δωματίων και κλινών, μπορεί όμως να υποστεί προσθήκες που αποβλέπουν στην βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών.

B. Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ

Ξενοδοχεία αυτού του τύπου περιλαμβάνουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών, υπνοδωμάτια με ιδιαίτερα λουτρά και βοηθητικούς χώρους. Τα ξενοδοχεία τύπου μοτέλ κατατάσσονται σε τριών και τεσσάρων αστερών.

Γ. Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων

Διαθέτουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής και παραμονής πελατών, βοηθητικούς χώρους καθώς και διαμερίσματα ενός, δύο ή περισσότερων κύριων χώρων με πλήρες λουτρό και μικρό μαγειρείο. Οι κατηγορίες που περιλαμβάνονται σε αυτόν τύπο είναι ενός, δύο, τριών, τεσσάρων και πέντε αστερών.

Δ. Ξενοδοχεία κλασσικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων (μικτού τύπου)

Ο τύπος του ξενοδοχείου που εκπροσωπεί αυτή την μορφή διαθέτει κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών, καταστήματα για την εξυπηρέτηση των πελατών, βοηθητικούς χώρους καθώς και χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια με λουτρό ή διαμερίσματα ενός, δύο ή περισσότερων κύριων χώρων με πλήρες λουτρό και μικρό μαγειρείο. Βασικό χαρακτηριστικό του τύπου αυτού είναι ότι το ελάχιστο μέρος δε μπορεί να είναι λιγότερο από 300 κλίνες. Κατατάσσονται σε κατηγορίες ενός, δύο, τριών, τεσσάρων και πέντε αστερών. Ένα ξενοδοχείο κλασσικού τύπου καθώς κι ένα ξενοδοχείο με επιπλωμένα διαμερίσματα καθορίζει ποιες θα είναι οι τεχνικές, οι λειτουργικές προδιαγραφές και τα βαθμολογούμενα κριτήρια.⁷

⁶ TÜV Rheinland. "Αντίληψη του TÜV Rheinland για το έργο της κατάταξης των τουριστικών καταλυμάτων στην Ελλάδα". Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα http://www.tuv.com/gr/el/_tuev_rheinland_.html στις 28/3/09.

⁷ Υποχρεωτικές λειτουργικές προδιαγραφές ξενοδοχείων, ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/prodiagrafes_x.asp την 5/6/2009.

Σε περίπτωση που το ξενοδοχείο καλύπτει τις τεχνικές και τις λειτουργικές προδιαγραφές αλλά δεν πληροί τα βαθμολογούμενα κριτήρια της κατηγορίας, τότε κατατάσσεται στην κατηγορία στην οποία αντιστοιχεί ο ανάλογος αριθμός μορίων που συγκεντρώνει.⁸ Αντίθετα προαγωγή ξενοδοχείου σε ανώτερη κατηγορία μπορεί να γίνει οποτεδήποτε, εφόσον συγκεντρώνουν τον ελάχιστο αριθμό μορίων. Επιπλέον ο επιχειρηματίας μπορεί να ζητήσει επανεξέταση των κριτηρίων και επανέλεγχο της αντικειμενικότητας όσον αφορά στην κατάταξη.⁹

Προκειμένου ένα κατάλυμα να καταταχθεί σε συγκεκριμένη λειτουργική μορφή και κατηγορία αστέρων θα πρέπει:

A. Να πληροί τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές της αντίστοιχης λειτουργικής μορφής και κατηγορίας αστέρων και

B. Να συγκεντρώνει από τα βαθμολογούμενα κριτήρια τουλάχιστον τη «βάση» της αντίστοιχης κατηγορίας αστέρων για τη συγκεκριμένη λειτουργική μορφή.

Υποχρεωτικές τεχνικές προδιαγραφές:

1. Μέγιστες επιτρεπόμενες δυναμικότητες ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία
2. Προδιαγραφές καταλληλότητας του οικοπέδου
3. Κτιριοδομικές προδιαγραφές ανά λειτουργική μορφή και κατηγορία

Υποχρεωτικές λειτουργικές προδιαγραφές:

1. Λειτουργική μορφή
2. Κατηγορία

Βαθμολογούμενα κριτήρια:

1. Λειτουργική μορφή
2. Κατηγορία

Ο επιχειρηματίας ξενοδόχος είναι αυτός που επιλέγει τα κριτήρια που εξασφαλίζουν την κάλυψη της βάσης. Οι τιμές των μορίων των βαθμολογούμενων κριτηρίων καθώς και οι βάσεις ανά λειτουργική μορφή μπορούν να αυξομειωθούν μέχρι 10% με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης.¹⁰

⁸ Βλέπε παραπομπή 1

⁹ ΠΔ 43/2002 “Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστέρων και προδιαγραφές αυτών”, άρθρο 5, (ΦΕΚ 201/Α), ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.kozani.gr/KYE/pdf/43a2002.pdf> την 5/4/2009.

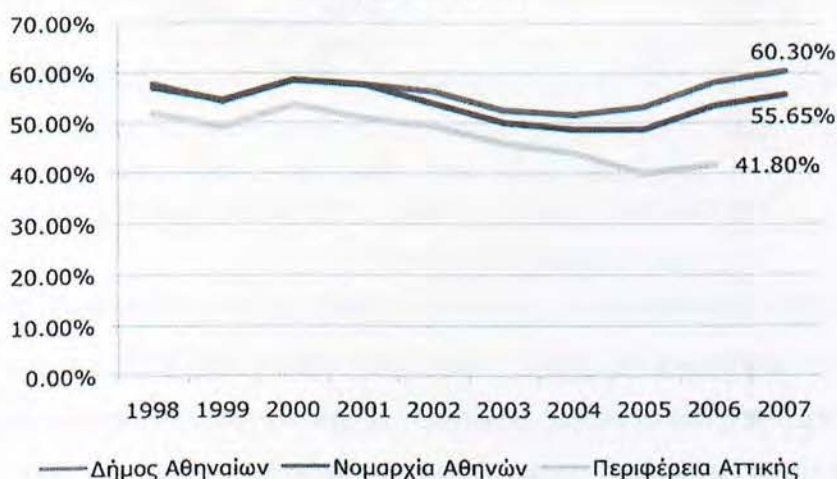
¹⁰ ΠΔ 43/2002, “Προδιαγραφές και κριτήρια κατάταξης -Ορισμοί - Διακρίσεις”, άρθρο 4 παρ. 4, (ΦΕΚ 43/Α), ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.grhotels.gr/EL/CONTENT/PDF/asteria.pdf> στις 7/4/09.

1.2 Πληρότητα Κλάδου

Σύμφωνα με τη Εταιρεία Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης του Δήμου Αθηναίων, μετά το 2000 η πληρότητα των ξενοδοχείων της Αθήνας και της Αττικής γενικότερα παρουσίασαν μια συνεχή μείωση. Μείωση, η οποία σταμάτησε χάρη στη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 και τα αποτελέσματα φάνηκαν το 2005. Τα αθηναϊκά ξενοδοχεία είχαν αποδόσεις υψηλότερες από παλαιότερα έτη και το 2007 ανήλθαν σε πληρότητα ύψους 60,3%. Συνολικά η περιοχή της Νομαρχίας Αθηνών για το 2008 είχε πληρότητα στα ξενοδοχεία της 55,65%. Σε αντίθεση όμως με το υψηλό ποσοστό πληρότητας στα ξενοδοχεία της Αττικής, τα νησιά κινήθηκαν σε δυσανάλογη πορεία με αποτέλεσμα ο μέσος όρος να κυμανθεί στο 41,8%.

Ο βαθμός πληρότητας χαρακτηρίστηκε από την σταθερότητα διαμονής στην Αθήνα, στο Νομό Αθηνών και στην Περιφέρειας Αττικής, πλην Νήσων. Η διαμονή στην περιοχή είναι κατά μέσο όρο για 2,2 ημέρες. Μια μικρή επιρροή από τους Ολυμπιακούς αγώνες παρουσιάστηκε με ποσοστό διαμονής από αλλοδαπούς τουρίστες για 2,6 ημέρες. Όσον αφορά τους Έλληνες παρατηρείται μια μείωση της παραμονής τους στην Αθήνα από 2,3 ημέρες που ήταν το 1999 σε 2% τα τελευταία χρόνια. Η πορεία αυτή απεικονίζεται και διαγραμματικά παρακάτω.¹¹

Διάγραμμα 1: Πληρότητα των ξενοδοχείων στο Δήμο Αθηναίων, τη Νομαρχία Αθηνών και την Περιφέρεια Αττικής (πλην Νήσων)



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

¹¹ Διεύθυνση Τουριστικής Ανάπτυξης Εταιρία Τουριστικής Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών, Δρ. Παπαθεοδώρου, Α. & Δρ. Τσάρτας, Π. & Δρ. Κούτουλας, Δ. & Αρβανίτη, Π. & Βασιλείου, Μ. & Νικολάου, Ε. & Ντούσα, Μ. & Παναγόπουλος, Π. & Προύντζου, Π. & Τσιάκαλη, Κ. (2008). "Καταστατική Μελέτη Αθηναϊκού Τουρισμού – από την Προ-Ολυμπιακή στη Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο: Η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στον Αθηναϊκό Τουρισμό και η υφιστάμενη κατάσταση, οι στρατηγικές προτεραιότητες, οι προοπτικές-προκλήσεις και οι επόμενες δράσεις για την επόμενη 5ετία 2008-2012". Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.atcdco.gr/files/meleti-athinaikou-tourismou.pdf> στις 14/4/09.

1.3 Διανυκτερεύσεις

Σύμφωνα με την Εταιρία Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν σημείο καμπής για την τουριστική κίνηση της Αθήνας και της Αττικής. Πιο συγκεκριμένα πριν το 2004 παρατηρήθηκε μια κάμψη που οφειλόταν σε εξωγενείς παράγοντες, όπως οι συνέπειες της τρομοκρατικής επίθεσης της 11ης Σεπτεμβρίου του 2001 και η οικονομική ύφεση σε χώρες της Ευρώπης. Ωστόσο υπήρχαν και ενδογενείς παράγοντες οι οποίοι αφορούν αδυναμίες που παρουσιάζει ο ενδοχώριος τουρισμός. Στη συνέχεια, εκτός από το 2000, για τα έτη 1998-2003 παρουσιάστηκε πτώση της τουριστικής κίνησης από ξένους τουρίστες. Η μείωση αυτή διήρκησε από πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες με αποτέλεσμα οι διανυκτερεύσεις να μειωθούν κατά 29%, παρά την στήριξη στον ξενοδοχειακό κλάδο από τους Έλληνες.¹²

Διάγραμμα 2: Συγκριτική εξέλιξη των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Αθήνας την περίοδο 1998-2007 με έτος βάσης το 1998 (τιμή έτους βάσης = 100)



Πηγή: Πανεπιστήμιο Αιγαίου / Υπολογισμός βάσει στοιχείων της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος

Πιο αναλυτικά ο Δήμος Αθηναίων έφτασε το 1998 τα 5,1 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις και οι οποίες μειώθηκαν σε λιγότερες από 4 εκατομμύρια το 2003. Το 2007 η Αθήνα έφτασε στα επίπεδα της τουριστικής κίνησης που είχε πριν από το 2000. Ο Δήμος Αθηναίων συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη τουριστική δραστηριότητα με ποσοστό διανυκτερεύσεων που αγγίζει το 65% όλης της Περιφέρειας. Η μεγαλύτερη πληρότητα των ξενοδοχείων σημειώθηκε το 2007 με ποσοστό 60,3%.

¹² Βλέπε προηγούμενη παραπομπή.

Το 30% όλων των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Αθήνας πραγματοποιείται από Έλληνες και κυρίως τους χειμερινούς μήνες, από το Νοέμβριο μέχρι και τον Οκτώβριο. Ποσοστό που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό σε επαγγελματικά ταξίδια. Το 2003 το ποσοστό αυτό ήταν στο 36%, ενώ το 2006 μειώθηκε στο 30%. Δεύτερη σημαντική αγορά με 15% διανυκτερεύσεις, αποτελούν οι Αμερικανοί τουρίστες, των οποίων ο αριθμός διπλασιάστηκε τα τρία τελευταία χρόνια. Το 4% με 5% του μεριδίου καταλαμβάνουν οι Ιταλοί, οι Γάλλοι, οι Βρετανοί, οι Γερμανοί και οι Κύπριοι, όπως διακρίνεται κι από το διάγραμμα παρακάτω. Σε αντίθεση με τους Έλληνες, οι ξένοι επισκέπτες ταξιδεύουν κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες για διακοπές.¹³

Διάγραμμα 3: Μεριδίο εθνικότητων στις συνολικές ξενοδοχειακές διανυκτερεύσεις της Αθήνας την περίοδο 1999-2006



Πηγή: Πανεπιστήμιο Αιγαίου /Υπολογισμός βάσει στοιχείων της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος

1.4 Αποδοτικότητα Κλάδου

Η οικονομικά αποδοτική εικόνα του ξενοδοχειακού κλάδου χαρακτηρίζεται μέσω δεικτών όπως ο «RevPAR» (revenues per available room), ο οποίος δείχνει το μέσο όρο της ημερήσιας εισπραξής ενός ξενοδοχείου από κάθε δωμάτιο. Αυτός ο δείκτης παρέχει πληροφορίες για την πληρότητα των δωματίων καθώς και για την μέση τιμή τους. Με βάση τα στοιχεία μιας έρευνας, που διεξήχθη από την βρετανική εταιρία συμβούλων

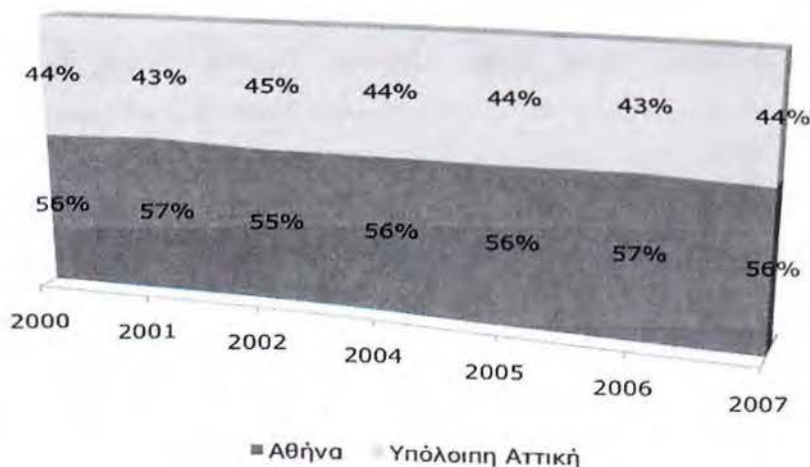
¹³ ΕΤΟΑΑ - ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών & Μελετών, Ψαρρός, Μ. & Δρ. Παπαθεοδώρου, Α. & Δρ. Τσάρτας, Π. & Δρ. Κούτουλας, Δ. & Αρβανίτη, Π. & Βασιλείου, Μ. & Νικολάου, Ε. & Ντούσα, Μ. & Παναγόπουλος, Π. & Προύντζου, Π. & Τσιάκαλη, Κ. (2008) “Συμπεράσματα Μελέτης για την Εξέλιξη του Αθηναϊκού Τουρισμού κατά την Προ-Ολυμπιακή και Μετά-Ολυμπιακή Περίοδο”, ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://www.cityofathens.gr/files/Symperasmata_Meletis.pdf στις 14/4/09.

Deloitte, η απόδοση των αθηναϊκών ξενοδοχείων το 2003 ήταν πολύ χαμηλή, ενώ για τα επόμενα έτη βελτιώθηκε σημαντικά. Όσον αφορά το 2004 οι χρεώσεις των δωματίων ήταν πολύ υψηλές, γεγονός που ευνοήθηκε από την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Επομένως οι επιδόσεις που προκύπτουν για το έτος 2004 βασίζονται σε ειδικές συνθήκες. Ο ξενοδοχειακός κλάδος για την τριετία 2005-2007 αναπτύχθηκε με ταχείς ρυθμούς. Το αποτέλεσμα αυτό επιβεβαιώθηκε και από την αυξητική πορεία του δείκτη RevPAR. Προκειμένου όμως να διατηρηθεί αυτή η ανάπτυξη οι ξενοδόχοι οφείλουν να περάσουν σε μια πιο ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική για τα επόμενα έτη λαμβάνοντας υπόψη την ύφεση που αναμένεται.¹⁴

1.5 Ξενοδοχειακό Δυναμικό

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ήταν ένας πολύ καλός λόγος για να αυξηθεί η προσφορά των κλινών στην Αθήνα αλλά και στην Αττική γενικότερα. Με βάση τα στοιχεία που απορρέουν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, οι συγκερατημένοι επιχειρηματίες κατόρθωσαν με μια αύξηση 5% να γλιτώσουν για τα επόμενα έτη τη μεγάλη πτώση που υπέστησαν άλλες ολυμπιακές πόλεις. Πιο συγκεκριμένα ο αριθμός των ξενοδοχείων για το 2005 ήταν 506 ενώ το 2007 έπεσε στα 493 με 53.958 κλίνες.

Διάγραμμα 4: Αναλογία ξενοδοχειακών κλινών Αθήνας και υπόλοιπης Αττικής επί των συνολικών ξενοδοχειακών κλινών της Αττικής (πλην Νήσων)* την περίοδο 2000-2007



Πηγή: Πανεπιστήμιο Αιγαίου βάσει στοιχείων Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος

* Περιλαμβάνει τα ξενοδοχεία που λειτουργούν εντός των ορίων της Νομαρχίας Αθηνών, της Νομαρχίας Ανατολικής Αττικής, της Νομαρχίας Δυτικής Αττικής και της Νομαρχίας Πειραιώς πλην των νησιωτικών περιοχών της Νομαρχίας Πειραιώς.

¹⁴ Βλέπε παραπομπή 11

Στην περιφέρεια της Αττικής οι περισσότερες ξενοδοχειακές κλίνες συγκεντρώνονται εντός του Δήμου Αθηναίων. Όσον αφορά την αναλογία των κλινών που χρησιμοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων, το ποσοστό δεν μεταβλήθηκε ιδιαίτερα στην Αθήνα, αλλά ούτε και στην υπόλοιπη Αττική. Από το 2000 μέχρι το 2007 οι κλίνες στα ξενοδοχεία της Αθήνας αυξήθηκαν κατά 4,95%. Παράλληλα αυξήθηκαν κατά 3,71% και οι κλίνες της υπόλοιπης Αττικής, εκτός των νησιών που αυξήθηκαν με πιο αργούς ρυθμούς. Ωστόσο, την ίδια περίοδο οι κλίνες σε όλη τη χώρα πλήθυναν κατά 18%, από 594 χιλιάδες το 2000 σε 701 χιλιάδες το 2007. Γενικότερα μέσα στην περίοδο 2000-2007 παρατηρήθηκε μια τάση αύξησης του μεγέθους των αθηναϊκών ξενοδοχείων κατά 9% συγκεντρώνοντας 122 κλίνες από 112.¹⁵

Σύμφωνα με κλαδική μελέτη της ICAP, στο πλαίσιο της πορείας και των προοπτικών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η αγορά των πολυτελών ξενοδοχείων κινείται ανοδικά. Οι συνθήκες της τουριστικής κίνησης έχουν βελτιωθεί και επίσης οι πολυεθνικές αλυσίδες έχουν προσανατολιστεί στις επενδύσεις και στην ανάληψη διοίκησης γνωστών ελληνικών ξενοδοχειακών ομίλων. Το 2005 παρουσίασαν αυξημένα κέρδη σε σχέση με το 2004 κι ο μέσος ρυθμός ανάπτυξης έφτασε στο 3,8% από -4,5% που είχε διαμορφωθεί το 2004 με 2003.¹⁶

Το μέγεθος της αγοράς των πολυτελών ξενοδοχείων στο σύνολο του για την επταετία 1998–2006 είχε αυξητική τάση με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,8%. Όμως η κίνηση της αγοράς για το 2002 και 2003 κινήθηκε αντίθετα από τα έσοδα του 2004. Τα επόμενα έτη αυξήθηκε η τουριστική κίνηση και οι διανυκτερεύσεις. Το 2005-2006 το μέγεθος της αγοράς παρουσίασε αύξηση 22% αυξάνοντας τις κλίνες από 52.000 σε 56.900, καθώς έγιναν επενδύσεις δυναμικότητας 7.614 κλινών. Το 2007 αυξήθηκε η τουριστική κίνηση με αποτέλεσμα να αυξηθεί το μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων κατά 15% σε σχέση με το 2006.¹⁷

Παρακάτω παρατίθεται ένας πίνακας με το ξενοδοχειακό δυναμικό της Αθήνας αλλά και της υπόλοιπης Αττικής ως αυτό είχε το 2008.

¹⁵ Βλέπε παραπομπή 11

¹⁶ Hellastat: Ξενοδοχειακός κλάδος. (2006). “Ανάλυση κλάδου ξενοδοχείων”. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://sup.kathimerini.gr/xtra/marketview/Meletes/doc/Mel1809063.doc> στις 29/9/09.

¹⁷ Κερούλη, Μ. (2010). Διερεύνηση των διαδικασιών, των επιλογών και των προβλημάτων υλοποίησης επένδυσης για ξενοδοχειακή εγκατάσταση στον Αγ. Νικόλαο Κρήτης. Ανακτήθηκε την 12/1/2011 από την ιστοσελίδα: http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/3335/3/keroulim_investigation.pdf

ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

ΝΟΜΟΣ	Δεδομένα	5*****	4****	3***	2**	1*	Άθροισμα
ΑΘΗΝΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	15	34	46	96	58	249
	ΔΩΜΑΤΙΑ	4.177	3.977	3.545	3.436	1.265	16.400
	ΚΛΙΝΕΣ	7.838	7.304	6.382	6.232	2.354	30.110
ΠΕΙΡΑΙΑΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	1	1	8	23	7	40
	ΔΩΜΑΤΙΑ	77	23	499	775	156	1.530
	ΚΛΙΝΕΣ	125	45	915	1.368	317	2.770
ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΑΤΤΙΚΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ	13	35	39	109	20	216
	ΔΩΜΑΤΙΑ	2.096	3.257	2.184	4.194	388	12.119
	ΚΛΙΝΕΣ	4.004	6.165	4.135	7.569	705	22.578
ΝΗΣΙ ΑΙΓΙΝΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ		1	9	48	19	77
	ΔΩΜΑΤΙΑ		12	468	1.097	304	1.881
	ΚΛΙΝΕΣ		20	905	2.106	601	3.632
ΝΗΣΙ ΑΓΚΙΣΤΡΙ	ΜΟΝΑΔΕΣ				3	18	21
	ΔΩΜΑΤΙΑ				47	283	330
	ΚΛΙΝΕΣ				96	571	667
ΝΗΣΙ ΥΔΡΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ		6	10	5	2	23
	ΔΩΜΑΤΙΑ		87	168	52	17	324
	ΚΛΙΝΕΣ		176	329	104	37	646
ΝΗΣΙ ΠΟΡΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ		1	8	8	2	19
	ΔΩΜΑΤΙΑ		8	387	251	35	681
	ΚΛΙΝΕΣ		17	714	437	69	1.237
ΝΗΣΙ ΣΑΛΑΜΙΝΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ				1	2	3
	ΔΩΜΑΤΙΑ				25	25	50
	ΚΛΙΝΕΣ				34	46	80
ΝΗΣΙ ΣΠΙΕΤΣΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ		3	3	7	5	18
	ΔΩΜΑΤΙΑ		138	63	180	73	454
	ΚΛΙΝΕΣ		274	119	330	137	860

ΝΗΣΙ ΚΥΘΗΡΑ

ΜΟΝΑΔΕΣ	4	17	15	2	38
ΔΩΜΑΤΙΑ	57	209	182	22	470
ΚΛΙΝΕΣ	124	403	352	36	915

Τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων σε όλη την Αττική είναι τα ακόλουθα:

- | | |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1. <i>Melia Athens (Residence Georgio)</i> | 17. <i>Cape Sounio, Grecotel & Exclusive Resort</i> |
| 2. <i>Sofitel Athens Airport</i> | 18. <i>Divani Caravel</i> |
| 3. <i>St George Lycabettus</i> | 19. <i>G.R. Louis Hotel</i> |
| 4. <i>Eridanus Luxury Hotel</i> | 20. <i>Metropolitan Hotel</i> |
| 5. <i>Royal Olympic Hotel</i> | 21. <i>Classical King George Palace</i> |
| 6. <i>Arion Resort & Spa, Astir Palace Beach Athens</i> | 22. <i>Pentelikon Hotel</i> |
| 7. <i>Classical Athens Imperial</i> | 23. <i>The Margi</i> |
| 8. <i>Crowne Plaza Athens City Centre</i> | 24. <i>Classical Vouliagmeni Suites</i> |
| 9. <i>Hotel Grande Bretagne</i> | 25. <i>Theoxenia Palace</i> |
| 10. <i>Park Hotel Athens</i> | 26. <i>Divani Palace Acropolis</i> |
| 11. <i>Airotel Stratos Vassilikos</i> | 27. <i>Semiramis</i> |
| 12. <i>Holiday Inn Athens – Attica Avenue</i> | 28. <i>Classical Acropol</i> |
| 13. <i>Athens Ledra Marriot Hotel</i> | 29. <i>Athens Life Gallery</i> |
| 14. <i>NJV Athens Plaza</i> | 30. <i>The Westin Athens, Astir Palace Beach Resort</i> |
| 15. <i>Hilton Athens</i> | 31. <i>Athenaeum</i> |
| 16. <i>Divani Apollon Palace & Spa</i> | <i>Intercontinental</i> |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΩΝ

Ένα σύστημα πληροφόρησης για τις ανάγκες και της ίδιας της επιχείρησης αλλά και όσων βρίσκονται εκτός αυτής είναι η χρήση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων της. Η μελέτη, αξιολόγηση και ερμηνεία των σχέσεων και τάσεων μεταξύ των διαφόρων χρηματοοικονομικών δεδομένων που μπορεί να γίνει με ποσοτικά και ποιοτικά μέσα, παρέχει πληροφόρηση σε κάθε ενδιαφερόμενο φορέα όπως είναι οι ιδιοκτήτες, οι μέτοχοι, η διοίκηση, οι πιστωτές, οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί, οι πιθανοί επενδυτές και διάφορες άλλες επαγγελματικές ενώσεις επιχειρήσεων.

Οι μακροχρόνιοι δανειστές παρακολουθούν τους μακροχρόνιους οικονομικούς δείκτες της επιχείρησης, όπως της διάρθρωσης των κεφαλαίων της, των κερδών της αλλά και οικονομικούς δείκτες που δείχνουν τις μεταβολές της οικονομικής θέσης μιας επιχείρησης. Οι επενδυτές σε μετοχές της επιχείρησης ενδιαφέρονται για στοιχεία που επικεντρώνεται στα κέρδη, στα μερίσματα και στις προοπτικές αυτών. Βασικό ενδιαφέρον των βραχυχρόνιων πιστωτών είναι η ικανότητα της επιχείρησης να ανταπεξέλθει στις τρέχουσες υποχρεώσεις. Ωστόσο για να αξιολογηθεί η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης μελετάται ο λόγος των κυκλοφοριακών στοιχείων προς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Η διοίκηση της επιχείρησης ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για την σύνθεση και την διάρθρωση των κεφαλαίων της, διότι οι πληροφορίες αυτές επηρεάζουν άμεσα το είδος, το μέγεθος και το κόστος των δανειακών κεφαλαίων που μπορεί η οικονομική μονάδα να αποκτήσει. Επομένως, οι οικονομικές καταστάσεις δίνουν πληροφορίες για τα αποτελέσματα της δραστηριότητας της οικονομικής μονάδας με βάση τις οποίες μπορούν να παρθούν επενδυτικές αποφάσεις είτε και να διαμορφωθεί διαφορετική στρατηγική πολιτικής.¹⁸

Η πλέον σημαντική πηγή πληροφοριών για τη δραστηριότητα μιας επιχείρησης είναι οι βασικές λογιστικές καταστάσεις, οι οποίες ως γνωστό είναι ο ισολογισμός και η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης. Ωστόσο, οι λογιστικές καταστάσεις παρουσιάζουν ορισμένα μειονεκτήματα, τα οποία και δυσχεραίνουν αρκετά το έργο των αναλυτών. Τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα είναι: Τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στις λογιστικές καταστάσεις είναι πολύ συνοπτικά και ανομοιόμορφα κατανεμημένα, δεδομένου ότι, για την κατάρτισή τους δεν υπάρχει

¹⁸ Specisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ. 151) Αθήνα

ένας ενιαίος και υποχρεωτικός τύπος για όλες τις επιχειρήσεις. Ο χρόνος που συνήθως μεσολαβεί από το τέλος της χρήσεως, στην οποία και αναφέρονται οι λογιστικές καταστάσεις, μέχρι τη στιγμή της δημοσίευσής τους στο ευρύ κοινό, είναι αρκετά μεγάλος. Ένας τρόπος για να αντιμετωπιστούν, στα πλαίσια του εφικτού, τα παραπάνω μειονεκτήματα και να εξαχθούν όσο το δυνατόν πιο ασφαλή συμπεράσματα, είναι η χρηματοοικονομική ανάλυση, η οποία ασχολείται με τον υπολογισμό των κατάλληλων μεγεθών και σχέσεων, που είναι σημαντικές και χρήσιμες για τη λήψη οικονομικής φύσεως αποφάσεων.

Υπάρχουν δυο είδη ανάλυσης των λογιστικών καταστάσεων, ανάλογα με τη θέση εκείνου ο οποίος τη διενεργεί: η εσωτερική και η εξωτερική ανάλυση. Τα άτομα της επιχείρησης που απασχολούνται με τα λογιστικά έγγραφα και τα επιμέρους βιβλία μπορούν να καταφύγουν σε αυτά για να διενεργήσουν τους ανάλογους ελέγχους. Αυτά τα πρόσωπα διενεργούν την εσωτερική ανάλυση. Με τον τρόπο αυτό, η ανάλυση αποκτά μεγαλύτερη διαύγεια και επιτρέπει στον αναλυτή να εμβαθύνει σε αυτή. Τα πρόσωπα, εκτός επιχείρησης διενεργούν τον εξωτερικό έλεγχο. Αυτός βασίζεται σε στοιχεία που αντλούν πληροφορίες από δημοσιευμένες λογιστικές καταστάσεις, εκθέσεις του διοικητικού συμβουλίου της εταιρίας και των ελεγκτών της. Επομένως η ανάλυση των εξωτερικών ελεγκτών καθίσταται δύσκολη και κρίνεται έως και επιδερμική.¹⁹

Οι πληροφορίες αυτές ή οι τάσεις αλλά και κάθε είδους άλλη πληροφόρηση που δεν είναι φανερή από πρώτη όψη περιλαμβάνονται στις δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις της επιχείρησης. Γεγονός που απαιτεί μέτρηση, ανάλυση και ερμηνεία των δεδομένων που απορρέουν από αυτές τις καταστάσεις. Η ικανότητα της διοίκησης να κρατήσει ισορροπία εξαρτάται από την ανάλυση των τάσεων και των μεγεθών που εξηγούν τυχόν μεταβολές των οικονομικών δεδομένων της επιχείρησης.

Το είδος της χρηματοοικονομικής ανάλυσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων εξαρτάται από το ενδιαφέρον και τις επιδιώξεις αυτών που πραγματοποιούν την ανάλυση, δίνοντας έμφαση στην ρευστότητα, την βιωσιμότητα, την σταθερότητα ή τη δυνατότητα ανάπτυξης ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό.

¹⁹ Ψαρράς, Ι. (2009). “Συστήματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης, 3^η Διάλεξη: Χρηματοοικονομική ανάλυση και αριθμοδείκτες”. *Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών*, ανακτήθηκε από <http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick.aspx?fileticket=az%2FgKrl8sDU%3D&tabid=381&mid=1229> στις 31/12/2011

Μια χρηματοοικονομική ανάλυση μιας επιχείρησης για να θεωρηθεί πλήρης και ολοκληρωμένη από ένα αναλυτή, πρέπει να εμπεριέχει τα εξής:

- αξιολόγηση της κάθε χρήσης
- ανάλυση των χρηματοοικονομικών μεταβολών
- ανάλυση αριθμοδεικτών
- ανάλυση όλων των κρίσιμων σημείων για ομαλή λειτουργία
- διάγνωση ισολογισμού²⁰

2.1 Αξιολόγηση Χρήσης

Σε αυτό τον τομέα ανάλυσης μια επιχείρηση περιγράφει και συγκρίνει στοιχεία του ισολογισμού και τα αποτελέσματα μιας ορισμένης χρονικής περιόδου μελετώμενα με στοιχεία που αφορούν την προηγούμενη χρήση και τον κλάδο στον οποίο ανήκει.

Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για αυτή την ανάλυση προέρχονται από τα αποτελέσματα και το καθαρό εισόδημα. Ο άξονας μελέτης για την συναγωγή αυτών των συμπερασμάτων κατευθύνεται γύρω από:

- ✓ Πωλήσεις
- ✓ Κόστος πωληθέντων
- ✓ Μικτά αποτελέσματα
- ✓ Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως
- ✓ Έξοδα λειτουργίας
- ✓ Μερικά αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως
- ✓ Χρεωστικοί τόκοι
- ✓ Διάφορα άλλα έσοδα
- ✓ Διάφορα άλλα έξοδα εκτός χρεωστικών τόκων
- ✓ Καθαρά αποτελέσματα χρήσεως προ φόρων
- ✓ Καθαρά κέρδη χρήσεως προς διάθεση

Ο δεύτερος άξονας μελετά βραχυπρόθεσμα στοιχεία που ανακυκλώνονται και πρέπει να εκπληρωθούν άμεσα. Αυτά είναι:

Στοιχεία Κυκλοφορούντος Ενεργητικού

- ✓ Απαιτήσεις
- ✓ Αποθέματα

²⁰ Spicisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ. 151) Αθήνα.

- ✓ Χρεόγραφα
- ✓ Διαθέσιμα
- ✓ Μεταβατικοί λογαριασμοί Ενεργητικού

Στοιχεία Βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

- ✓ Προμηθευτές
- ✓ Γραμμάτια πληρωτέα
- ✓ Βραχυπρόθεσμος Τραπεζικός δανεισμός
- ✓ Υπόλοιπες Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις
- ✓ Μεταβατικοί λογαριασμοί Παθητικού

Ο τρίτος άξονας πάνω στον οποίο πρέπει να γίνει η ανάλυση και η αξιολόγηση της χρήσης αφορά μακροπρόθεσμα στοιχεία και υποχρεώσεις όπως:

- ✓ Έξοδα εγκατάστασης
- ✓ Πάγιο Ενεργητικό
 - Ασώματες Ακινητοποιήσεις
 - Ενσώματες ακινητοποιήσεις
 - Συμμετοχές και άλλες Μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις
- ✓ Ίδια Κεφάλαια
- ✓ Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις
 - Μακροπρόθεσμος Τραπεζικός δανεισμός
 - Υπόλοιπες μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις²¹

2.2 Ανάλυση χρηματοοικονομικών μεταβολών

Στην χρήση αριθμοδεικτών από λογιστικές καταστάσεις είναι συχνά χρήσιμη και η κατανομή των αριθμοδεικτών. Για τη γνώση της κατανομής τους χρειάζεται η επεξεργασία του κεφαλαίου κίνησης, του καθαρού κέρδους, της αυτοχρηματοδότησης, των πηγών και χρήσεων των κεφαλαίων της και των ταμειακών ροών προκειμένου να αποσαφηνιστεί η θέση της επιχείρησης στον κλάδο αλλά και τα περιθώρια βελτίωσης της. Επομένως η πραγματική θέση της επιχείρησης απορρέει από τα εξής δεδομένα:

Κεφάλαιο Κίνησης

Ως κεφάλαιο κίνησης θεωρείται εκείνο το μέγεθος που χρησιμοποιείται προκειμένου να ανιχνευτεί η χρηματοοικονομική ισορροπία του ισολογισμού και να

²¹ Specisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 152-3) Αθήνα.

μελετηθεί η ρευστότητα της επιχείρησης. Το μέγεθος αυτό πρέπει να αναλύεται με λεπτομέρεια στα συστατικά του στοιχεία και να αξιολογείται κατάλληλα. Ένα πολύ μικρό κεφάλαιο κίνησης είναι επικίνδυνο από την άποψη δημιουργίας χρηματοοικονομικού κόστους ή και παύσης των πληρωμών της επιχείρησης. Ωστόσο, ένα μεγάλο κεφάλαιο κίνησης δείχνει κακή χρήση των κεφαλαίων που έχει άμεσο αντίκτυπο στην λειτουργικότητα και αποδοτικότητα της επιχείρησης. Το κεφάλαιο κίνησης διακρίνεται σε τρεις βασικές κατηγορίες: το συνολικό κεφάλαιο, το ίδιο κεφάλαιο και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Το συνολικό κεφάλαιο κίνησης είναι ίσο με το κυκλοφορούν ενεργητικό. Το ίδιο κεφάλαιο προκύπτει αν από το συνολικό κεφάλαιο αφαιρεθεί το πάγιο ενεργητικό. Τέλος, το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι το τμήμα εκείνο του κεφαλαίου που διατίθενται για την αντιμετώπιση τόσο των λειτουργικών αναγκών της επιχείρησης όσο και για τις διάφορες διακυμάνσεις που οφείλονται σε μεταβολές των τιμών ή των συνθηκών της αγοράς.

Cash –Flow (καθαρό κέρδος)

Στο καθαρό κέρδος αυτό περιλαμβάνονται και οι αποσβέσεις. Το καθαρό κέρδος μελετάται προκειμένου να μετρηθεί η ικανότητα της επιχείρησης να πραγματοποιεί τα μελλοντικά της κέρδη αλλά και για να διαπιστωθεί η χρηματοοικονομική κατάσταση της και η ικανότητα της να χρηματοδοτεί τις επενδύσεις της με δικά της μέσα.

Αυτοχρηματοδότηση

Το ποσό αυτό που μπορεί να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση από τα δικά της μέσα είναι το cash – flow αφότου έχουν αφαιρεθεί τα διανεμηθέντα κέρδη. Για τον προσδιορισμό του περιθωρίου αυτοχρηματοδότησεως αθροίζονται τα κέρδη που δε διανέμονται (τακτικό αποθεματικό, αποθεματικά καταστατικού, ειδικά και έκτακτα αποθεματικά, αφορολόγητα αποθεματικά) μετά την αφαίρεση των φόρων ή οι ζημιές χρήσης και οι αποσβέσεις χρήσεως.

Πηγές και Χρήσεις Κεφαλαίων

Μια σύνοψη των αλλαγών στην χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης μπορεί να γίνει με την κατάσταση των πηγών και χρήσεων κεφαλαίων. Η κατάσταση αυτή δείχνει από πού απέκτησε η επιχείρηση κεφάλαια, για την χρήση που διεξάγεται η μελέτη και τι έγιναν αυτά τα κεφάλαια. Δεν είναι εύκολο να

διακρίνει κάποιος πώς για παράδειγμα η δραστηριότητα της επιχείρησης επηρέασε την ρευστότητα της μέσα από τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Η εικόνα αυτή μπορεί να δοθεί καθαρά μέσα από τις πηγές και χρήσεις συνόλου καθώς και της πηγές και χρήσεις του κεφαλαίου κίνησης.

Ταμειακές ροές

Ο προσδιορισμός της ταμειακής ροής είναι ένα χρήσιμο εργαλείο μεταξύ της επιχείρησης και των χρηματοδοτών της όσον αφορά τις επενδυτικές και χρηματοοικονομικές δραστηριότητες της. Η ταμειακή ροή περιλαμβάνει την πραγματική εισροή μετρητών στο ταμείο της επιχείρησης, καθώς επίσης και την πραγματική εκροή των μετρητών από το ταμείο της επιχείρησης. Οι ταμειακές ροές προέρχονται από την λειτουργία της επιχείρησης, που δείχνει την ικανότητα της να διανέμει μερίσματα στους μετόχους της, και από άλλες επενδυτικές και χρηματοοικονομικές δραστηριότητες.²²

2.3 Αριθμοδείκτες

Οι δείκτες εκφράζουν σε ποσά, σχέσεις μεταξύ διαφόρων στοιχείων της επιχείρησης και γεγονότων από την δραστηριότητα της. Η σχέση μεταξύ δυο μεγεθών μπορεί να μετρηθεί ως προς την αναλογία μεταξύ τους, τις συνθήκες στις οποίες εμπλέκονται και να διαγνώσει τάσεις και καταστάσεις. Όταν η μελέτη αυτή γίνεται συνδυαστικά με αρκετούς αριθμοδείκτες είναι πιο εμφανή τα συμπεράσματα που αφορούν την βελτίωση της οικονομικής μονάδας, τους παράγοντες εξάρτησης της καθώς και το βαθμό εξάρτησης της από αυτούς. Επομένως, βάσει αριθμοδεικτών μπορεί η διοίκηση να καταλάβει πόσο αποτελεσματικές ήταν οι αποφάσεις που πάρθηκαν και να ακολουθεί ανάλογη πορεία για την επόμενη χρήση. Για αυτό και η μέτρηση, ανάλυση και αξιολόγηση των δεικτών πρέπει να γίνεται καθ' όλη τη διάρκεια του οικονομικού έτους.²³ Επίσης είναι πολύ σημαντικοί γιατί βοηθούν τον αναλυτή να πραγματοποιήσει:

Διαχρονική ανάλυση

Με την διαχρονική ανάλυση μπορεί κάποιος να μελετήσει το ρυθμό μεταβολής σε σχέση με το έτος βάσης των βασικών οικονομικών μεγεθών, σε σύγκριση με την μεταβολή των πωλήσεων. Για αυτό και η διαχρονική μελέτη αφορά:

²² Spccisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 153-4). Αθήνα.

²³ Βλέπε προηγούμενη παραπομπή.

- Πωλήσεις
- Απαιτήσεις
- Αποθέματα
- Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις
- Πάγιο ενεργητικού
- Αποτελέσματα

Σύγκριση των παρόντων χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης με τα αντίστοιχα που παρουσίασε η ίδια στο παρελθόν ή θα παρουσιάσει στο προβλεπόμενο μέλλον. Εξετάζεται εάν η χρηματοοικονομική κατάσταση ή απόδοση της επιχείρησης έχει βελτιωθεί ή έχει χειροτερεύσει με την πάροδο του χρόνου.

Διαστρωματική ανάλυση

Σύγκριση των χρηματοοικονομικών στοιχείων της επιχείρησης με τα αντίστοιχα παρόμοιων επιχειρήσεων ή τη μέση τιμή του κλάδου στον οποίο ανήκει κατά τη διάρκεια του ίδιου χρονικού διαστήματος.²⁴

Ανάλογα με το τι αφορούν διακρίνονται σε δείκτες ρευστότητας, δείκτες κεφαλαιακής δομής και βιωσιμότητας, δείκτες αποδοτικότητας, δείκτες δραστηριότητας, δείκτες εξόδων, δείκτες χρηματιστηρίου για τις εισηγμένες.

Οι δείκτες ρευστότητας μετρούν την ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις πληρωμών της. Η ρευστότητα εξασφαλίζει την ομαλή λειτουργία του χρηματοοικονομικού κύκλου της μονάδας. Ως δείκτες ρευστότητας μπορούν να αναφερθούν μερικοί, όπως: γενικής ρευστότητας, άμεσης ρευστότητας, ταμειακής ρευστότητας, μέσου χρόνου είσπραξης απαιτήσεων, ανακύκλωσης απαιτήσεων, μέσου χρόνου παραμονής αποθεμάτων, ανακύκλωσης βραχυχρόνιων υποχρεώσεων, ανακύκλωσης αποθεμάτων, χρόνου εξόφλησης βραχυχρόνιων υποχρεώσεων, αμυντικού χρονικού διαστήματος, ποσοστού επισφαλών απαιτήσεων, ημερών κάλυψης των καθαρών βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων με κεφάλαιο κίνησης από τις εργασίες της επιχείρησης, χρονικής κάλυψης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων που λήγουν σε 30 μέρες με μετρητά.

Οι δείκτες κεφαλαιακής δομής και βιωσιμότητας, σε αντίθεση με τους δείκτες ρευστότητας που δείχνουν την ικανότητα βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, απεικονίζουν την βιωσιμότητα της επιχείρησης σε μακροχρόνια βάση και την

²⁴ “Οι δέκα σημαντικότεροι αριθμοδείκτες” (1999). Το Βήμα. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=117657> την 14/12/2011

ικανότητα της διοίκησης όσον αφορά την κεφαλαιακή διάρθρωση της μονάδας. Ως σημείο αναφοράς για τον αντικατοπτρισμό της βιωσιμότητας μιας οικονομικής μονάδας αναφέρονται οι εξής δείκτες: σχέσεων κεφαλαίων ή αυτονομίας, υπερχρέωσης και κεφαλαιακής μόχλευσης, χρηματοδότησης παγίων, δανειακής επιβάρυνσης, κυκλοφορούντος ενεργητικού προς υποχρεώσεις, παγίων προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, παλαιότητας παγίων, αυτοχρηματοδότησης, εντάσεως κεφαλαίου, κάλυψης τόκων, ανανέωσης παγίου εξοπλισμού, κάλυψης χρηματοοικονομικών εξόδων, απόδοσης συνόλου απασχολούμενων κεφαλαίων, απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, περιθωρίου κεφαλαιακής μόχλευσης, διάρκειας εξόφλησης επενδύσεων, αυτοχρηματοδότησης, ιδίων προς ξένα κεφάλαια, μακροπρόθεσμου δανεισμού προς ίδια κεφάλαια.

Οι δείκτες αποδοτικότητας είναι αναγκαίο να αναλυθούν για την πραγματοποίηση κέρδους, προκειμένου να διαπιστωθεί αν η δέσμευση των ήδη υπάρχοντων κεφαλαίων ή νέων κεφαλαίων είναι σωστή από τους επιχειρηματίες ή γενικότερα από τους επενδυτές της επιχείρησης. Σαν βασικά κριτήρια μελέτης για την αποδοτικότητα της μονάδας χρησιμοποιούνται μεταβολές που αφορούν τα έσοδα πωλήσεων, τα κέρδη και διάφορα στοιχεία της παραγωγής. Ο συνδυασμός μεταξύ των σχέσεων τους μπορεί να προσδιορίσει αν η επιχείρηση είναι αποδοτική και σε ποιο βαθμό. Για την μέτρηση της αποδοτικότητας χρησιμοποιούνται οι εξής δείκτες: μικτού κέρδους, κόστους πωληθέντων, λειτουργικών κερδών προς πωλήσεις, αποτελεσματικότητας λειτουργικής μόχλευσης, εκμετάλλευσης ενεργητικού ή όγκου πωλήσεων, εκμετάλλευσης παγίων, εκμετάλλευσης κεφαλαίων κίνησης, εκμετάλλευσης ιδίων κεφαλαίων, καθαρού κέρδους, αποδοτικότητας συνόλου κεφαλαίων, αποδοτικότητας ενεργητικού, απόδοσης επενδύσεων, απόδοσης λειτουργίας, πρόβλεψης ζημιών, περιθωρίου πωλήσεων, πωλήσεων προς μέσο ύψος απαιτήσεων, μεταβολής πωλήσεων.²⁵

Οι δείκτες δραστηριότητας χρησιμοποιούνται προκειμένου να μετρηθεί ο βαθμός αποτελεσματικότητας της επιχείρησης με βάση τα διαθέσιμα περιουσιακά της στοιχεία. Μερικοί από αυτούς είναι: ο δείκτης ταχύτητας εισπράξεως απαιτήσεων, ο δείκτης ταχύτητας βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, ο δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας των αποθεμάτων, ο δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας του ενεργητικού, ο δείκτης

²⁵ Spcisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 155-7). Αθήνα.

ταχύτητας κυκλοφορίας των παγίων, ο δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας των ιδίων κεφαλαίων.²⁶

Οι δείκτες εξόδων συγκρίνουν τις επιδόσεις της επιχείρησης σε σχέση με τον έλεγχο των βασικών εξόδων λειτουργίας της και μετρούν την αποτελεσματικότητα των υπευθύνων στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης. Η σύγκριση αυτή γίνεται με βάση τους εξής δείκτες: αποσβέσεων παγίων, εξόδων λειτουργίας, απόδοσης προσωπικού, λειτουργικών ή οργανικών εξόδων, αποσβέσεων προς πωλήσεις, αμοιβών απασχολουμένων προς αριθμό απασχολουμένων, κερδών από αμοιβές απασχολουμένων, εκμετάλλευσης, παγίων προς αριθμό απασχολουμένων.

Οι δείκτες χρηματιστηρίου, για τις εισηγμένες, συσχετίζουν τον αριθμό των μετοχών μιας επιχείρησης και την χρηματιστηριακή τους τιμή με τα κέρδη, τα μερίσματα και τα υπόλοιπα περιουσιακά της στοιχεία. Αναφορικά μερικοί από αυτούς είναι: ο δείκτης απόδοσης σε ταμειακή ροή ανά μετοχή, ο δείκτης διανεμόμενων κερδών, ο δείκτης εσωτερικής αξίας μετοχής, ο δείκτης εσωτερικής προς χρηματιστηριακής αξίας της μετοχής, ο δείκτης κάλυψης των καταβαλλόμενων μερισμάτων, ο δείκτης της μερισματικής απόδοσης, ο δείκτης της μερισματικής απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων, ο δείκτης ταμειακής ροής της μετοχής, ο δείκτης τιμής προς κέρδη ανά μετοχή, ο δείκτης κερδών ανά μετοχή, ο δείκτης της χρηματιστηριακής αξίας προς πωλήσεις.²⁷

2.4 Κρίσιμα σημεία για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης

Ορισμένα στοιχεία που απορρέουν από τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας και απαιτούν παρακολούθηση προκειμένου να τηρούνται εντός κάποιων ορίων και να εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Αυτά είναι:

- Πωλήσεις
- Πάγιο Ενεργητικό
- Κεφάλαιο κίνησης
- Μεταβολή βραχυχρονίων υποχρεώσεων
- Σχέση εισπράξεων και πληρωμών

²⁶ Βλέπε παραπομπή 7

²⁷ Spcisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ. 157). Αθήνα

- Αποθέματα
- Κέρδη προ τόκων και φόρων
- Κέρδη προ φόρων
- Χρεωστικοί τόκοι σε σχέση το ποσοστό που απορροφούν από τα κέρδη προ τόκων και φόρων
- Βραχυπρόθεσμος τραπεζικός δανεισμός
- Λειτουργική ταμιακή ροή
- Λειτουργική ταμιακή ροή σε σχέση με τα καθαρά κέρδη
- Γενική ρευστότητα
- Άμεση ρευστότητα
- Σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια²⁸

2.5 Διάγνωση Ισολογισμού

Μια ομάδα αριθμοδεικτών που συνδυαζόμενοι θα μπορούσαν να ακτινογραφήσουν τον ισολογισμό και να αποκαλύψουν την κατάσταση στην οποία βρίσκεται η επιχείρηση. Οι δείκτες αυτοί είναι :

- ✓ Γενική και Άμεση Ρευστότητα
- ✓ Μέση διάρκεια κυκλώματος μετατροπής
- ✓ Χρονική κάλυψη βραχυπροθέσμων υποχρεώσεων που λήγουν σε 30 ημέρες με μετρητά
- ✓ Κυκλοφοριακή ταχύτητα απαιτήσεων και μέση διάρκεια είσπραξης αυτών
- ✓ Αριθμοδείκτης οικονομικής μόχλευσης
- ✓ Αριθμοδείκτης ιδίων προς δανειακά κεφάλαια
- ✓ Αριθμοδείκτης καθαρής θέσης ή ιδιοκτησίας
- ✓ Αριθμοδείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού
- ✓ Αριθμοδείκτης περιουσιακών στοιχείων
- ✓ Αριθμοδείκτης ιδίων προς πάγια περιουσιακά στοιχεία²⁹

²⁸ Spcisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 158). Αθήνα

²⁹ Spcisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 152-9). Αθήνα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ

Αριθμοδείκτης ονομάζεται η σχέση που υπάρχει μεταξύ δύο στοιχείων που εκφράζουν την οικονομική κατάσταση, την παραγωγική δυναμικότητα, την τεχνικοοικονομική δραστηριότητα μιας επιχείρησης.

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες είναι χρήσιμοι για την ανάλυση και αξιολόγηση της απόδοσης μιας επιχείρησης και την οικονομική της κατάσταση. Με τους αριθμοδείκτες προσδιορίζεται η σχέση μεταξύ βασικών επιχειρηματικών μεγεθών, διευκολύνεται η επιχειρηματική δράση και επεξηγούνται τα αποτελέσματα που προκύπτουν απ' αυτή. Με το σύστημα των αριθμοδεικτών προσδιορίζεται, επίσης, ο βαθμός αποδόσεως των διάφορων δραστηριοτήτων της οικονομικής μονάδας, με σκοπό την ορθολογικότερη εκμετάλλευση των μέσων δράσεώς της. Για την κατάρτιση των αριθμοδεικτών τα λογιστικά μεγέθη λαμβάνονται από:

- τον ισολογισμό
- το λογαριασμό γενικής εκμεταλλεύσεως
- το λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσεως
- τους λογαριασμούς της γενικής λογιστικής
- τους λογαριασμούς της αναλυτικής λογιστικής
- τα λογιστικά και εξωλογιστικά έντυπα και στατιστικά στοιχεία της οικονομικής μονάδας.³⁰

Για την κατάρτιση των αριθμοδεικτών που εξασφαλίζονται από το Γενικό Λογιστικό Σχέδιο, οι οικονομικές μονάδες κινούνται με βάση τις αρχές της ορθολογικής διαχείρισεως και διοικήσεως και έχοντας ως σκοπό την βελτίωση και συστηματοποίηση της οικονομικής έρευνας και ανάλυσης στον τομέα που δραστηριοποιούνται. Οι βασικοί στόχοι της χρήσης των αριθμοδεικτών είναι η εξασφάλιση μιας διάγνωσης και εκτίμησης των συνθηκών κάτω από τις οποίες λειτουργούν οι επιχειρήσεις και η σύγκριση των αριθμών με άλλες ομοειδείς μονάδες για καλύτερη αξιοποίηση λογιστικού και στατιστικού υλικού των οικονομικών μονάδων. Απώτερος σκοπός είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών των επιχειρήσεων αλλά και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων αλλά και γενικότερα η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επιπλέον μπορεί να διεξαχθεί για την ανάλυση

³⁰ "Αριθμοδείκτες". Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://www.taxheaven.gr/pagesdata/logsxedio/1_deiktes.htm την 30/12/2011.

τάσεων και τη σύγκριση των οικονομικών μεγεθών της επιχείρησης με εκείνες των άλλων επιχειρήσεων (διεταίρική ανάλυση). Σε ορισμένες περιπτώσεις, η διεταίρική ανάλυση μπορεί να προβλέψει μια μελλοντική πτώχευση. Το ίδιο φυσικά ισχύει και στην περίπτωση όπου μελετάται όλος ο κλάδος του αντικειμένου που μελετάται.³¹

Η ανάλυση όμως των αριθμοδεικτών επιφέρει προβλήματα που αφορούν την αξιοπιστία των λογιστικών αριθμών που προκύπτουν από αυτούς. Πολλές φορές αυτοί επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες που διαμορφώνουν τα οικονομικά μεγέθη της μονάδας με αποτέλεσμα να αλλοιώνεται η ουσία της μέτρησης. Επιπλέον τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται είναι αποτιμημένα με διαφορετικές λογιστικές μεθόδους με αποτέλεσμα να υπάρχει δυσαναλογία στη σύγκριση ομοειδών επιχειρήσεων. Αυτό απαιτεί αναπροσαρμογή των δεδομένων σε πραγματικές αξίες, είτε περιορισμό του δείγματος μέτρησης. Επιπροσθέτως υπάρχουν προβλήματα με τη λογιστικοποίηση ορισμένων γεγονότων. Σημαντικά γεγονότα οικονομικής σημασίας που δε μπορούν περιληφθούν σε κανονικούς λογαριασμούς. Υπάρχει όμως και η αντίθετη περίπτωση όπου αυξάνουν για παράδειγμα την θέση της επιχείρησης με αποτέλεσμα να επηρεάζουν τα αποτελέσματα κάποιων αριθμοδεικτών, όπως αυτόν της υπερχρέωσης. Ακόμη υπάρχουν περιπτώσεις αφανών υποχρεώσεων και δεσμεύσεων, όπως για παράδειγμα μια χρηματοδότηση που δεν εμφανίζεται προς αποφυγή φορολογικών μέτρων, η οποία όμως επηρεάζει σημαντικά την πορεία των δεικτών. Ένα ακόμη σύνθηρες πρόβλημα είναι οι αρνητικοί παρονομαστές, εξαιτίας των οποίων το αποτέλεσμα βγαίνει αρνητικό με αποτέλεσμα αυτή η επιχείρηση να επηρεάζει τα κλαδικά συμπεράσματα. Ωστόσο πολλές φορές οι βάσεις δεδομένων από όπου προέρχονται τα οικονομικά στοιχεία είναι πιθανόν να μην περιλαμβάνουν τρέχοντα στοιχεία ή να περιέχουν συναθροιστικά στοιχεία. Τέλος, ισχύει και το φαινόμενο της διαφάνειας των αριθμοδεικτών. Όπως συμβαίνει με τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων, ως προς την ανακρίβεια και αναλήθεια τους το ίδιο ισχύει και για τους αριθμοδείκτες οι οποίοι στηρίζονται σε αυτά τα στοιχεία.

Οι αριθμοδείκτες που θα χρησιμοποιηθούν για τις ανάγκες της έρευνας μελετούν την ρευστότητα, την βιωσιμότητα και την αποδοτικότητα. Πιο αναλυτικά:

Δείκτες Ρευστότητας: α) γενικής ρευστότητας

³¹ Παναγιώτου, Ν. (2005). Οργάνωση Παραγωγής & Διοίκηση Επιχειρήσεων II Κοστολόγηση Επιχειρήσεων & Λήψη Αποφάσεων. Χρηματοοικονομική Ανάλυση Μέσω Αριθμοδεικτών. Ανακτήθηκε την 5/11/2011, από http://panayiot.simor.ntua.gr/attachments/021_Industrial%20Mgt%20II%20-%20Lesson%20F103.pdf

β) άμεσης ρευστότητας

Δείκτες Βιωσιμότητας:

- α) κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων
- β) δανειακής επιβάρυνσης
- γ) χρηματοδότησης παγίων
- δ) υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης
- ε) σχέσεως κεφαλαίου βαθμού παγιοποίησης
- στ) αυτοχρηματοδότησης

Δείκτες Αποδοτικότητας:

Απόδοσης κεφαλαίου

- α) συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων
- β) απόδοσης ίδιων κεφαλαίων

Αποδοτικότητας στοιχείων ενεργητικού

- α) μικτού κέρδους ή περιθωρίου
- β) κόστους πωληθέντων
- γ) περιθωρίου πωλήσεων
- δ) αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού

3.1 Δείκτες Ρευστότητας

Ρευστότητα είναι η ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις πληρωμές της. Οι δείκτες ρευστότητας μετρούν το ύψος των κυκλοφοριακών στοιχείων του ενεργητικού και κατά πόσο αυτά ικανοποιούν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Πιο αναλυτικά μελετά το καθαρό κεφάλαιο κίνησης και αν χρησιμοποιείται αποτελεσματικά. Επίσης μετρά την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης όσον αφορά στην πληρωμή των χρεών και στην είσπραξη των απαιτήσεων της. Επομένως για να έχουμε πραγματική ρευστότητα πρέπει να ταξινομηθεί η περιουσία της επιχείρησης με βάση το βαθμό που μπορεί να ρευστοποιηθεί και οι υποχρεώσεις της να ταξινομηθούν με βάση το πότε λήγουν. Άρα λοιπόν το κυκλοφορούν ενεργητικό πρέπει να αντιστοιχεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Η ρευστότητα διακρίνεται σε στατική και δυναμική. Η στατική χρησιμοποιείται από εξωτερικούς αναλυτές και δείχνει την ικανότητα πληρωμών την στιγμή σύνταξης

του ισολογισμού. Η δυναμική ρευστότητα χρησιμοποιείται για τις ανάγκες της επιχείρησης και εξάγεται από εσωλογιστικά δεδομένα. Οι μεταβολές της ρευστότητας μπορούν να επιφέρουν υπερβολική ρευστότητα που βλάπτει την αποδοτικότητα είτε ανεπαρκή ρευστότητα που μπορεί να επιφέρει ταμιακή στενότητα. Προκειμένου να είναι θετικές αυτές οι μεταβολές πρέπει να αποφευχθούν τυχόν προβλήματα κατά τον προσδιορισμό της ρευστότητας. Τέτοια προβλήματα παρουσιάζονται στις μεθόδους αποτίμησης των αποθεμάτων, στην ασφάλεια είσπραξη των απαιτήσεων, στις προκαταβολές των πελατών, στις προκαταβολές προς προμηθευτές και στις πληρωτές μερίσματα των μετόχων.³²

Οι δύο πιο ευρέως διαδεδομένοι αριθμοδείκτες για την μέτρηση της ρευστότητας είναι αυτός της γενικής ρευστότητας και αυτός της άμεσης ρευστότητας.

3.1.1 Γενικής Ρευστότητας

Ο δείκτης αυτός καθορίζει την επιχειρηματική προσωπικότητα της επιχείρησης ως επιθετική ή ως συντηρητική. Εκφράζει την σχέση των διαθέσιμων κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Πέραν όμως της απεικόνισης της βραχυπρόθεσμης ρευστότητας της επιχείρησης, αυτός ο δείκτης χρησιμεύει και στη χορήγηση
$$\frac{\text{Κυκλοφορούν} + \text{Χρ.μεταβ/κοι λογ/μοι}}{\text{Βραχ. Υποχρεώσεις} + \text{Πιστ. Μεταβ/κοι λογ/μοι}}$$
 πίστωσης από προμηθευτές, από τράπεζες και από εγγυητές.

Υπολογίζεται διαιρώντας το άθροισμα των στοιχείων του κυκλοφορούντος ενεργητικού με το άθροισμα των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.³³ Ο λόγος που προκύπτει από την διαίρεση αυτή θα πρέπει να είναι μεγαλύτερος της μονάδας για να εξασφαλίζεται ότι μπορούν να καλυφθούν οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης με τη διαθέσιμη περιουσία. Σαφέστατα για την εκτίμηση της εταιρίας παίζουν ρόλο οι συγκυρίες της ευρύτερης οικονομίας της χώρας. Επομένως ένας δείκτης μικρότερος της μονάδας δείχνει πρόβλημα αφερεγγυότητας της επιχείρησης. Ένας δείκτης με τιμές από 1-2 είναι καλός καθώς και από 2-3 πολύ καλός. Ωστόσο, ένας δείκτης >3 σηματοδοτεί την πιθανή αδρανοποίηση των κεφαλαίων.³⁴

³² Specisoft. (2009). Management – Οικονομικά. Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης (σελ 163-4). Αθήνα.

³³ Κάντζος, Κ. (2002). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων (σελ 117-8). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

³⁴ Specisoft. (2009). Management – Οικονομικά. Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης (σελ 165). Αθήνα

3.1.2 Άμεσης Ρευστότητας

Μια πιο αυστηρή μέτρηση της ρευστότητας μπορεί να γίνει με τον δείκτη άμεσης ρευστότητας. Χρησιμοποιείται για να δείξει την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης αλλά και να αξιολογήσει την απόδοση των πωλήσεων.

Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται από την διαίρεση του άθροισματος του κυκλοφορούντος ενεργητικού, αφού πρώτα έχουν αφαιρεθεί τα αποθέματα, και οι προκαταβολές για αυτά, με το άθροισμα των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, αφού πρώτα προστεθεί με τους μεταβατικούς του παθητικού. Όπως και στον δείκτη γενικής ρευστότητας για να είναι καλός $\frac{\text{Κυκλοφορούν} - \text{Αποθέματα} - \text{Προκατ. για αποθέματα}}{\text{Βραχ. Υποχρεώσεις} + \text{Πιστ. Μεταβ/κοι λογ/μοι}}$ θα πρέπει να είναι μεγαλύτερος της μονάδας ή έστω ίσος με αυτήν προκειμένου να μπορεί να καλύψει τις υποχρεώσεις της.

3.2 Δείκτες Βιωσιμότητας

Βιωσιμότητα ή αειφορία είναι ένα πρότυπο στο οποίο στοχεύει μια επιχείρηση για ένα καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα, τόσο για τον άνθρωπο όσο και για την ίδια την επιχείρηση, τόσο στο παρόν όσο και στο αόριστο μέλλον. Βασικό της στοιχείο είναι η ισορροπία μεταξύ κόστους και εισροών-εκροών. Μια λανθασμένη διάρθρωση της κεφαλαιακής δομής μιας επιχείρησης μπορεί να είναι επώδυνη για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, καθ' ότι η αναδιάρθρωση της έχει άμεσα αρνητικό αντίκτυπο στην ψυχολογία των υπαρχόντων ή νέων χρηματοδοτών της.

Η μακροπρόθεσμη προοπτική της επιχείρησης εξαρτάται μεν από απρόσμενα γεγονότα αλλά περισσότερο δε από τη κεφαλαιακή της δομή. Η βραχυπρόθεσμη ρευστότητά μπορεί να αντιμετωπιστεί με άμεσες διορθώσεις, αλλά η δομή καθορίζει τους μακροπρόθεσμους ορίζοντες της. Για αυτό το λόγο είναι αναγκαία η ανάλυση και αξιολόγηση των δεικτών βιωσιμότητάς μιας επιχείρησης.³⁵

3.2.1 Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφορούντων στοιχείων προς το σύνολο των υποχρεώσεων της επιχείρησης δείχνει την ρευστότητα των μακροχρόνιων υποχρεώσεων της και μπορούμε να την βρούμε από την ακόλουθη σχέση:

³⁵ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ. 126). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

Κυκλοφορούν Ενεργητικό
Υποχρεώσεις

Οι τιμές που μπορεί να πάρει στα πλαίσια του κλάδου είναι ίσος ή μεγαλύτερος της μονάδας. Η αναλογία 2:1 των κυκλοφορούντων στοιχείων προς το σύνολο των υποχρεώσεων είναι ένδειξη μιας επιχείρησης με ρευστότητα στην αγορά και δυνατότητα να ικανοποιεί τα αιτήματα των πιστωτών. Εάν μια εταιρία έχει τέτοια αναλογία τότε θεωρείται γενικά ότι έχει τη δυνατότητα να καλύπτει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Αν αυτές υπερβαίνουν το κυκλοφορούν ενεργητικό, όπως συμβαίνει σήμερα σε πολλές επιχειρήσεις, τότε πιθανόν να εμφανιστούν προβλήματα όσον αφορά στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης. Σε αυτήν την περίπτωση ο αριθμοδείκτης είναι χαμηλότερος της μονάδας. Αυτό μπορεί να σημάνει προβλήματα στη διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης, αλλά ίσως και να μην είναι κρίσιμο πρόβλημα για την επιχείρηση. Αν ένας οργανισμός έχει καλές μακροπρόθεσμες προοπτικές, μπορεί να είναι σε θέση να δανειστεί με βάση τις προοπτικές για να καλύψει τις τρέχουσες υποχρεώσεις.³⁶ Μια επιχείρηση μπορεί να λειτουργεί με χαμηλή αναλογία, αν ληφθεί υπόψη ότι ορισμένα κυκλοφοριακά στοιχεία έχουν σχετικά χαμηλό βαθμό ρευστοποίησης.

Η εμφάνιση αυτού του δείκτη υψηλού, δηλαδή μεγαλύτερου της μονάδας, πιστοποιεί την αποτελεσματική αξιοποίηση του ενεργητικού της επιχείρησης απέναντι στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Αυτό δείχνει ότι οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις θα μπορούν να εξοφληθούν από τα κεφάλαια κίνησης της επιχείρησης κι εφόσον η ρευστοποίηση των κυκλοφορούντων στοιχείων δεν προκαλεί ζημιές.³⁷

3.2.2 Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για να εκτιμηθεί η δανειακή επιβάρυνση της επιχείρησης, δηλαδή ποιο από τα κεφάλαια που εκμεταλλεύεται Σύνολο δανείων η επιχείρηση είναι ξένο. Δείχνει επομένως τη σχέση δανείων Σύνολο Παθητικού προς το σύνολο των κεφαλαίων της επιχείρησης που είναι επενδεδυμένα ή χρησιμοποιούνται με οποιοδήποτε τρόπο από την επιχείρηση.

Οι τιμές που συνήθως παίρνει στα πλαίσια του κλάδου είναι κάτω της μονάδας. Αν όμως τείνει προς τη μονάδα ή είναι ίση με τη μονάδα τότε η επιχείρηση έχει

³⁶ Internet Center for Management and Business Administration Inc. (2002-2010). "Financial ratios" ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.netmba.com/finance/financial/ratios> στις 14/4/2010.

³⁷ Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ. 170-1). (Ε' έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς.

ενεχυριασμένα τα πάγια στοιχεία της και δεν έχει ίδια κεφάλαια. Όταν ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης είναι πολύ υψηλός υπάρχει κίνδυνος για τους φορείς να παρασυρθούν σε ανεύθυνες ενέργειες. Το μερίδιο των ιδιοκτητών μπορεί να γίνει τόσο μικρό, ώστε τυχόν επιτυχείς κερδοσκοπικές δραστηριότητες εκ μέρους τους να αποφέρουν σημαντικές ποσοστιαίες αποδόσεις, ενώ σε περίπτωση αποτυχίας η ζημιά τους είναι περιορισμένη, αφού η επένδυση τους θα είναι πολύ μικρή.³⁸

3.2.3 Δείκτης χρηματοδότησης παγίων

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για την εύρεση του τρόπου χρηματοδότησης της επιχείρησης όσον αφορά στα πάγια περιουσιακά της στοιχεία.

Ίδια κεφάλαια
Μετράει την σχέση του πάγιου ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων
Αξία παγίων

 της επιχείρησης.

Υπολογίζεται αν διαιρέσουμε τα ίδια κεφάλαια με την καθαρή αξία των παγίων. Αν ο δείκτης έχει ανοδική τάση σηματοδοτεί την ικανότητα της επιχείρησης να επεκτείνει τον κεφαλαιακό εξοπλισμό της χρησιμοποιώντας περισσότερο τα ίδια της τα κεφάλαια έναντι δανειακών. Στα πλαίσια κλάδου μπορεί να πάρει τιμές μεγαλύτερες, μικρότερες καθώς και ίση με τη μονάδα.³⁹

3.2.4 Δείκτης υπεργράωσης επιπέδου και κεφαλαιακής μόχλευσης

Ο δείκτης αυτός μελετά το κεφάλαιο μόχλευσης της επιχείρησης, δηλαδή τη σχέση ιδίων κεφαλαίων προς ξένα. Χρησιμοποιείται κυρίως από τους δανειστές της επιχείρησης για να εκτιμήσουν τον βαθμό ασφάλειας τους σε σχέση με τα κεφάλαια της επιχείρησης. Επιπλέον χρησιμοποιείται και από την ίδια την διοίκηση προκειμένου να έχει μια εικόνα για τα επίπεδα κεφαλαιακής μόχλευσης της μονάδας.

Υπολογίζεται αν διαιρεθεί το σύνολο των υποχρεώσεων με το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων στον ισολογισμό. Στο σύνολο των υποχρεώσεων δεν

Υποχρεώσεις
Ίδια κεφάλαια

 περιλαμβάνονται ποσά από κανονικό δανεισμό, αλλά εκδηλώνονται με ορισμένες δραστηριότητες, ακόμη και για λογαριασμό του κράτους, όπως φόρους. Όσον αφορά τα κεφάλαια, χρηματοδότηση ιδίων και ξένων κεφαλαίων θεωρούνται και οι προνομιούχες μετοχές, οι οποίες

³⁸ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ 134). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

³⁹ Spccisoft. (2009). *Management – Οικονομικά. Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 208). Αθήνα.

περιέχουν μεν αρκετούς περιορισμούς αλλά αποτελούν δε ενδιάμεση πηγή χρηματοδότησης.

Για να γίνει σύγκριση και να αξιολογηθεί θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η νομική μορφή της επιχείρησης, η τρέχουσα οικονομική της κατάσταση αλλά και ο πληθωρισμός, που επηρεάζει τη σχέση κεφαλαίων αφού οι υποχρεώσεις αφαιρούνται στην ονομαστική τους αξία από το σύνολο του ενεργητικού .

Μπορεί να πάρει τιμές ίσες με τη μονάδα και μεγαλύτερες αυτής. Όσο πιο μεγάλος είναι αυτός ο δείκτης τόσο περισσότερο υπερχρεωμένη είναι η επιχείρηση ή τόσο υψηλότερο είναι το επίπεδο άσκησης κεφαλαιακής μόχλευσης.⁴⁰

3.2.5 Δείκτης σχέσεως κεφαλαίου

Ένας ακόμη δείκτης που μπορεί να βοηθήσει στην εκτίμηση του επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης είναι ο δείκτης σχέσεως κεφαλαίου. Ο δείκτης αυτός δείχνει τη σχέση των ίδιων κεφαλαίων της επιχείρησης προς το σύνολο των κεφαλαίων της.

Υπολογίζεται διαιρώντας το σύνολο ίδιων κεφαλαίων με το σύνολο παθητικού ή ενεργητικού της στον ισολογισμό.
$$\frac{\text{Ίδια κεφάλαια}}{\text{Σύνολο Παθητικού}}$$
 Παίρνει τιμές κάτω της μονάδας και σε εταιρικές αναλύσεις και σε κλαδικές. Ένας υψηλός δείκτης αφήνει περιθώρια για αποδοτικότερη κεφαλαιακή διάρθρωση στην διοίκηση της επιχείρησης. Επιπλέον ένας υψηλός δείκτης είναι καλός από πλευράς ρευστότητας για τα επόμενα χρόνια ως προς τα ξένα κεφάλαια, καθώς η πίεση για ταμιακές εκροές θα είναι χαμηλή.

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για να εκτιμήσει την βιωσιμότητα της επιχείρησης ως προς τα κεφάλαια της. Αποτελεί μέτρο κάλυψης για τους πιστωτές της καθώς χρησιμεύει στην εκτίμηση της πιστοληπτικής ικανότητας της επιχείρησης. Επιπλέον δίνει μια εικόνα της αυτονομίας και ανεξαρτησίας από δανειακά κεφάλαια και πιστωτές. Για αυτό το λόγο χρησιμοποιείται από την διοίκηση προκειμένου να καταδείξει της κεφαλαιακή της διάρθρωση σε σχέση με τα κεφάλαια της μονάδας. Η σχέση αυτή εξαρτάται πέρα από το αντικείμενο της επιχείρησης και από άλλους παράγοντες όπως από τη θέση της στην ευρύτερη αγορά, τη θέση της στην αγορά και στην κοινωνία, το καθεστώς που εντάσσεται αλλά κι από τον βαθμό και τον τρόπο χρηματοδότησης των επιχορηγήσεως της χώρας. Ωστόσο πρόβλημα μπορεί να

⁴⁰ Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ 131-2). (Ε΄ έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς.

παρουσιαστεί και όταν έχει λογαριασμούς αναπόσβεστης επιχορήγησης και δεν έχουν εκπληρωθεί όλοι οι όροι, με αποτέλεσμα να επιστραφούν τα κεφάλαια. Στην περίπτωση που δεν επιστραφούν αντιμετωπίζονται όπως και τα αφορολόγητα αποθεματικά.

3.2.6 Δείκτης βαθμού παγιοποίησης

Αυτός ο δείκτης εξετάζει τον βαθμό που επενδύονται τα κεφάλαια σε πάγια με βάση τα περιουσιακά στοιχεία που διαθέτει η επιχείρηση σε βραχυπρόθεσμη βάση. Ελέγχεται και αξιολογείται σε σχέση με το επίπεδο παγιοποίησης των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Ο δείκτης μπορεί να πάρει οποιαδήποτε τιμή γύρω από τη μονάδα ή και να είναι ίσος με τη μονάδα. Όταν είναι ίσος με τη μονάδα τότε η επιχείρηση δεν έχει κυκλοφορούν ενεργητικό. Επιπλέον, όταν είναι μεγαλύτερος της μονάδας υποδηλώνει ένδειξη υπερπαγιοποίησης. Αυτό σε μια επιχείρηση μεταφράζεται και ως υπερδανεισμό, εννοώντας ότι η επιχείρηση χρησιμοποίησε μεγάλο ποσοστό κεφαλαίων για να επενδύσει σε πάγια. Ωστόσο η υπερπαγιοποίηση μπορεί να οφείλεται και σε πολλές αποσβέσεις, δηλαδή έξοδα που μειώνουν την αποδοτικότητα της επιχείρησης, εκτός της περίπτωσης που ασχολείται πλήρως και εντατικά ο πάγιος εξοπλισμός. Επενδύοντας περισσότερα κεφάλαια σε πάγια σημαίνει λιγότερα στο κυκλοφορούν και ειδικά αν δε γίνεται καλή εκμετάλλευση ή ανακύκλωση των παγίων. Σαν αντίκτυπο αυτό έχει επιπτώσεις στην ρευστότητα, όπως και στην περίπτωση που τα κεφάλαια
$$\frac{\text{Αξία Παγίων (Καθαρά)}}{\text{Σύνολο Παθητικού}}$$
 που χρησιμοποιούνται σε πάγια είναι ξένα και η επιχείρηση και οι αποσβέσεις διατίθενται για την εξυπηρέτηση των δανείων. Για την εξασφάλιση ρευστότητας η επιχείρηση θα πρέπει να ανακυκλώνει τα πάγια της.⁴¹

3.2.7 Δείκτης αυτοχρηματοδότησης

Ο δείκτης αυτός δείχνει τη σχέση αποθεματικών με τα μετοχοποιημένα κεφάλαια. Χρησιμοποιείται για να διαγνωσθεί η πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης αλλά και η χρηματοδοτική πολιτική και ικανότητα της διοίκησης, ως ένα βαθμό, για τις μακροχρόνιες επενδύσεις ή αποεπενδύσεις. Ο σκοπός του αποθεματικού μπορεί να μαρτυρήσει τις προθέσεις των μετόχων.

⁴¹ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ. 140). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

Οι τιμές που μπορεί να λάβει είναι γύρω από τη μονάδα. Όταν είναι υψηλός Αποθεματικά μπορεί να σημαίνει μείωση του μερίσματος των μετοχών, από Μετ/να κεφάλαια αντιπαράθεση της διοίκησης συνήθως, με αποτέλεσμα τη μείωση της χρηματιστηριακής αξίας των μετοχών. Αν η επιχείρηση αυτοχρηματοδοτείται με παρακράτηση κερδών είναι είτε από αδυναμία να αντλήσει κεφάλαια από την αγορά είτε γίνεται ηθελημένα από τους μετόχους προκειμένου να αποφύγουν την αυξημένη φορολογία από τα μερίσματα ή να διατηρήσουν τον έλεγχο τους στην αγορά.⁴²

3.3 Δείκτες Αποδοτικότητας

Η μελέτη της αποδοτικότητας αποτελεί κλειδί για μια επιχείρηση καθώς υποδεικνύονται τρόποι και πολιτικές, που έχουν ως στόχο την αύξηση των κερδών της. Μέσω της ανάλυσης δεικτών αποδοτικότητας διαμορφώνονται οι στρατηγικές της ανταγωνιστικά με τον υπόλοιπο κλάδο. Δείχνουν πόσο αποτελεσματικά διοικείται μια επιχείρηση κι αποτελούν οδηγό αποφάσεων για τις μελλοντικές προοπτικές της.⁴³

Η δυναμική της επιχείρησης φαίνεται από το βαθμό αξιοποίησης του ενεργητικού της, με απώτερο σκοπό να δημιουργεί όσο το δυνατόν περισσότερο αποδοτικές πωλήσεις. Οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την απόδοση είναι τα βασικά αντικείμενα μελέτης για τη διαμόρφωση της χρηματοοικονομικής της κατάστασης. Η χρησιμότητα των δεικτών, όσον αφορά αυτούς τους παράγοντες, συνδέεται άρρηκτα με το κέρδος και το περιθώριο κέρδους. Συμπερασματικά η αποδοτικότερη διοίκηση της επιχείρησης περικλείεται από σχέσεις κερδών και απασχολούμενων περιουσιακών στοιχείων καθώς και από σχέσεις κερδών και πωλήσεων.

Επομένως μια επιχείρηση για να έχει ολοκληρωμένη εικόνα της απόδοσης της πρέπει να ελέγξει τόσο την αξιοποίηση των περιουσιακών της στοιχείων, όσο και την αξιοποίηση των διαθέσιμων κεφαλαίων της συσχετιζόμενα με τις πωλήσεις και τα κέρδη. Οι δείκτες για την εύρεση της αποδοτικότητας μιας επιχείρησης είναι οι

⁴² Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ. 141). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

⁴³ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ. 331-2). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

δείκτες απόδοσης κεφαλαίων και οι δείκτες αποδοτικότητας στοιχείων του ενεργητικού.⁴⁴

Δείκτες απόδοσης κεφαλαίων

3.3.1 Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων

Ο δείκτης αυτός δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να παράγει κέρδη σε σύγκριση με τις δαπάνες της αλλά και άλλες σχετικές δαπάνες που προέκυψαν κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Δείχνει το ποσοστό των κεφαλαίων που χρησιμοποιήθηκαν για να επιτευχθούν κέρδη. Στην ουσία μελετά πώς μια επιχείρηση δημιουργεί ταμειακές ροές σε σχέση με το κεφάλαιο που έχει επενδύσει.

Για τους περισσότερους από αυτούς τους δείκτες, έχοντας μια υψηλότερη τιμή σε σχέση με αυτόν ενός καθαρά κέρδη προ φόρων – Χρηματοοικονομικά έξοδα / Σύνολο Παθητικού ανταγωνιστή ή έχοντας τον ίδιο σε σχέση με μια προηγούμενη χρονική στιγμή είναι ενδεικτικό ότι η εταιρεία είναι σε καλή κατάσταση. Στα πλαίσια του κλάδου εκτιμάται μικρότερος ή ίσος της μονάδας (δηλαδή $< , = 1$). Ωστόσο όμως πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν οι κεφαλαιακοί κίνδυνοι αλλά και οι στόχοι της επιχείρησης.⁴⁵ Είναι ένας δείκτης που δείχνει πώς είχε διαμορφωθεί η επιχείρηση στο παρελθόν. Η χρησιμότητα του έγκειται στην εκτίμηση διαφόρων κινήσεων της επιχείρησης. Για αυτό μελετάται και διατίθεται στην ίδια την διοίκηση της επιχείρησης, σε τυχόν μελλοντικούς μετόχους, σε προμηθευτές αλλά και σε τράπεζες που επιθυμεί η επιχείρηση να συνεργαστεί.

3.3.2 Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων

Ο δείκτης αυτός εκτιμά την απόδοση των κεφαλαίων της επιχείρησης σε σχέση με τους στόχους που αυτή έχει θέσει. Μπορούμε να απεικονίσουμε την κερδοφορία χρησιμοποιώντας αυτόν το δείκτη. Δείχνει εν ολίγοις πόσο καλά μπορεί μια επιχείρηση να δημιουργήσει αύξηση των εισοδημάτων της, χρησιμοποιώντας τα επενδυτικά της κεφάλαια. Στα δικά της κεφάλαια συμπεριλαμβάνονται τα αποθεματικά και η μετοχική της σύνθεση. Η μόνη διαφοροποίηση από τον

⁴⁴ Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ 99-100). (Ε' έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς.

⁴⁵ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ 146). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

προηγούμενο δείκτη είναι ότι παρακολουθεί ξεχωριστά τα κέρδη της επιχείρησης σε σχέση με τα δικά της κεφάλαια.⁴⁶

$$\frac{\text{Καθαρά κέρδη προ φόρων}}{\text{Σύνολο ιδίων κεφαλαίων}}$$
 Σε γενικές γραμμές μια επιχείρηση εντάσεως κεφαλαίου με υψηλό δείκτη μπαίνει δύσκολα στην αγορά καθώς περιορίζει τον ανταγωνισμό. Ενώ μια επιχείρηση με λιγότερα περιουσιακά στοιχεία μπαίνουν πιο εύκολα στην αγορά. Η χρησιμότητα του δείκτη αξιοποιείται ορθότερα για κλαδική ανάλυση. Οι επιχειρήσεις που έχουν υψηλό δείκτη δεν έχουν άμεσο οικονομικό όφελος. Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι τιμές των μετοχών ορίζονται από τα κέρδη ανά μετοχή, η αγορά αυτών είναι ακριβότερη για μια επιχείρηση με δείκτη 20% από ότι με μια με 10%. Μια επιχείρηση επωφελείται όταν επανεπενδύει τα κέρδη της σε υψηλό δείκτη απόδοσης κεφαλαίου, καθώς αποκτά υψηλό ρυθμό ανάπτυξης.⁴⁷ Ωστόσο ένας χαμηλός δείκτης μπορεί να προέρχεται από κάποια δυσλειτουργία ενός τομέα της επιχείρησης, όπως ανεπαρκής διοίκηση, δυσμενείς οικονομικές συνθήκες ή ακόμα και να μην απασχολούνται πλήρως παραγωγικά τα κεφάλαια της επιχείρησης. Στα πλαίσια του κλάδου εκτιμάται μεγαλύτερος ή μικρότερος ή ίσος της μονάδας (δηλαδή $>$, $<$, $= 1$). Σε κάθε περίπτωση όσο κι αν είναι ο δείκτης αυτός θα πρέπει η επιχείρηση να μην ξεχνά τους τρέχοντες στόχους της και να τους συμπεριλαμβάνει για τη μέτρηση της αποδοτικότητας της.⁴⁸

Δείκτες αποδοτικότητας στοιχείων του ενεργητικού

3.3.3 Δείκτης μικτού κέρδους ή περιθωρίου

Ένα μέτρο για να αξιολογήσουμε την πολιτική των τιμών που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση καθώς και το πόσο αποδοτικά λειτουργεί, είναι ο δείκτης μικτού κέρδους. Προκειμένου να καλύπτει τα λειτουργικά της έξοδα, καθώς και τυχόν απρόοπτα, είναι προτιμότερο αυτός ο δείκτης να είναι υψηλός. Αυτό διότι συγχρόνως επιτυγχάνει να έχει ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος αλλά και να μην επηρεάζεται από μια ενδεχόμενη αύξηση του κόστους των πωλήσεων της. Άρα, ο δείκτης αυτός δείχνει

⁴⁶ Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ 123-5). (Ε' έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς

⁴⁷ Loth, R. (2005). "Profitability Indicator Ratios: Return On Equity". *Investopedia*. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα http://en.wikipedia.org/wiki/Return_on_equity στις 14/10/09.

⁴⁸ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ 147-8). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα

γενικότερα την αποτελεσματικότητα της διοίκησης αλλά και πιο ειδικά την αποτελεσματικότητα του τμήματος των πωλήσεων και μάρκετινγκ.⁴⁹

Ένας υψηλός δείκτης μαρτυρά την ικανότητα της επιχείρησης να αγοράζει φθηνά και να πωλεί σε υψηλές τιμές. Στην αντίθετη περίπτωση ίσως η επιχείρηση να έχει παγώσει τις πωλήσεις, με αποτέλεσμα να μην αγοράζει σε μεγάλες ποσότητες. Κάτι που θα μπορούσε να τις αποφέρει μειωμένα κόστη αγορών. Ωστόσο όμως υπάρχει και η πιθανότητα να έχει σκόπιμα χαμηλό περιθώριο κέρδους, προκειμένου να ανοιχτεί σε μια άγνωστη αγορά, είτε να δυναμώσει την υπάρχουσα με περισσότερες πωλήσεις. Τέλος, ένα χαμηλό περιθώριο κέρδους εξηγείται από κάποιες επενδύσεις που μπορεί να απαιτούσαν αυξημένο κόστος παραγωγής προϊόντων.⁵⁰

Η εκτίμηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης μπορεί να αποδώσει πιο αξιόπιστες πληροφορίες αν συγκριθεί με ομοειδείς επιχειρήσεις του κλάδου και διακυμανθεί κάτω της μονάδας (δηλαδή <1). Το κόστος των πωληθέντων παίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των πωλήσεων για $\frac{\text{Μικτά αποτελέσματα εκμ/σης}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}}$ αυτό και αφαιρείται προκειμένου να ευρεθούν τα μικτά κέρδη εκμετάλλευσης.

Συμπερασματικά μπορούμε να βρούμε τον δείκτη μικτού κέρδους αν αφαιρέσουμε από τις καθαρές πωλήσεις το κόστος πωληθέντων και το αποτέλεσμα το διαιρέσουμε με τις καθαρές πωλήσεις.

3.3.4 Δείκτης κόστους πωληθέντων

Ένας ακόμη δείκτης που αποτελεί μέτρο για την απεικόνιση του ελέγχου του κόστους πωληθέντων είναι ο δείκτης κόστους πωληθέντων. Όπως και τον δείκτη μικτού κέρδους έτσι και με αυτόν τον δείκτη η επιχείρηση μπορεί να εκτιμήσει την αποδοτικότητα των πωλήσεων της σε σχέση με το κόστος $\frac{\text{Κόστος πωληθέντων}}{\text{Καθαρές πωλήσεις}}$ αυτών. Ωστόσο αν δε ληφθεί υπόψη η επίδραση της μεταβολής της τιμής μπορεί το κόστος πωληθέντων να αξιολογηθεί. Τέλος, υπολογίζεται από τη διαίρεση του κόστους πωληθέντων με τις καθαρές πωλήσεις.

⁴⁹ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ 154). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα

⁵⁰ Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ 123-5). (Ε' έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς.

3.3.5 Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων

Με αυτό τον δείκτη η επιχείρηση υπολογίζει τα καθαρά κέρδη από τις λειτουργικές της δραστηριότητες, εφόσον έχουν αφαιρεθεί από αυτά το κόστος πωληθέντων και τα λοιπά έξοδα. Υπολογίζεται από το ηλίκο καθαρά κέρδη προς καθαρές πωλήσεις. Λέγοντας καθαρά κέρδη προ φόρων νοούνται τα αποτελέσματα χρήσεως, όπου έχουν αφαιρεθεί τα χρηματοοικονομικά έξοδα, και στα οποία δε συμπεριλαμβάνονται μη λειτουργικά έσοδα και κέρδη αλλά και μη λειτουργικά έξοδα και ζημιές.

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για την ανάλυση του ποσοστού του καθαρού κέρδους σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων. Δίνει δηλαδή μια εικόνα
$$\frac{\text{Αποτελέσματα εκμ/σης προ Χρημ/κών εξόδων}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}}$$
 για τα μελλοντικά κέρδη και την εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης. Ωστόσο όμως η διεταιρική σύγκριση δε μπορεί να δώσει ακριβή συμπεράσματα με τη χρήση μόνο αυτού του δείκτη γιατί μπορεί η απόδοση των πωλήσεων να είναι επαρκής αλλά να μην έχει ληφθεί σε σχέση με το απασχολούμενο ενεργητικό, τα αποθέματα και τις απαιτήσεις.

Όσο πιο μεγάλος είναι αυτός ο δείκτης τόσο πιο επικερδής είναι η επιχείρηση. Στα πλαίσια του κλάδου παίρνει τιμές κάτω τις μονάδας. Για αυτό και όταν είναι θετικός η επιχείρηση έχει κέρδη και αντίστοιχα αν είναι αρνητικός έχει ζημιές. Στην ακραία περίπτωση που είναι μηδενικός δεν έχει ούτε κέρδη, ούτε ζημιές.⁵¹

3.3.6 Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού

Ο δείκτης αυτός εκτιμά το επίπεδο αποδοτικότητας των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Αποτελεί στην ουσία ένα είδος αξιολόγησης και ελέγχου της διοίκησης. Με αυτόν τον δείκτη μπορεί κάποιος να συγκρίνει την αποδοτικότητα της επιχείρησης στις επενδύσεις που κάνει, με την αποδοτικότητα άλλων ομοειδών επιχειρήσεων σε άλλες μορφές επενδύσεων. Μια τέτοια πληροφορία μπορεί να δείξει την ικανότητα της επιχείρησης να επιζήσει οικονομικά αλλά και να προσελκύσει κεφάλαια για επενδύσεις. Με τα αποτελέσματα από τη διερεύνηση της μεταβολής του δείκτη μπορεί να μετρηθεί η κερδοφόρα δυναμική της επιχείρησης.

⁵¹ Κάντζος, Κ. (2002). *Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων* (σελ 155). (Γ' έκδοση). Interbooks, Αθήνα.

Υπολογίζεται από τη σχέση αποτελεσμάτων εκμετάλλευσης, προ χρηματοοικονομικών εξόδων με το σύνολο του ενεργητικού. Κάποιοι συγγραφείς θεωρούν απαραίτητο να συμπεριληφθούν και τα χρηματοοικονομικά έξοδα, εφόσον κι αυτά αποτελούν μέρος του ενεργητικού. Επιπλέον υπάρχει και η άποψη ότι στο σύνολο των περιουσιακών στοιχείων δε συμπεριλαμβάνονται οι συμμετοχές και οι άλλες παρόμοιες επενδύσεις, διότι δε συντελούν στη δημιουργία λειτουργικών κερδών. Ανάλογα με τον κλάδο μπορεί να λάβει και αρνητικές και θετικές τιμές, συνήθως κάτω από τη μονάδα. Οι $\frac{\text{Αποτελέσματα εκμ/εων προ χρημ/κών εξόδων}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$ θετικές τιμές σηματοδοτούν κέρδη και οι αρνητικές ζημιές. Σπάνια είναι η περίπτωση που ο δείκτης θα είναι μηδενικός.⁵²

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

Τα κριτήρια με τα οποία οι εταιρίες επιλέχθηκαν για την οικονομετρική ανάλυση του κλάδου παρουσιάζουν ομοιομορφία ως προς το αντικείμενο δραστηριότητας και το βαθμό των αστεριών τους. Επομένως η έρευνα επικεντρώνεται σε ξενοδοχειακές μονάδες μη εισηγμένες στο χρηματιστήριο και με κύριο αντικείμενο δραστηριότητας την εκμετάλλευση ξενοδοχείων. Το επιλεγμένο δείγμα ξενοδοχείων που ερευνάται αφορά μονάδες πέντε αστέρων και πολυτελείας που στοχεύουν στην εξατομίκευση των αναγκών των πελατών τους. Από όλα τα πέντε αστέρων ξενοδοχεία Αττικής επιλέχθηκαν μόνο δεκαέξι τα οποία δραστηριοποιούνται αποκλειστικά και μόνο στην εκμετάλλευση ξενοδοχείων και τα οικονομικά τους στοιχεία δεν είναι ενοποιημένα με άλλες επιχειρήσεις του ομίλου που πιθανόν ανήκουν. Η εικόνα αυτών των επιχειρήσεων παρουσιάζεται παρακάτω.

4.1 Airotel Stratos Vassilikos

Η εταιρική επωνυμία της ξενοδοχειακής μονάδας airotel stratos vassilikos είναι ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ξ.Τ.Ε και αποτελεί μέλος του ομίλου Airotel. Ο Όμιλος *Airotel* είναι μια Ελληνική αλυσίδα ξενοδοχείων, που ιδρύθηκε το 1984 από τον Ευστράτιο Βασιλικό και έκτοτε δραστηριοποιείται σε πολλούς τομείς της τουριστικής βιομηχανίας και άλλου είδους επιχειρήσεων όπως ακίνητα, κατασκευές και παροχή συμβουλών σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε θέματα ηλεκτρονικών πωλήσεων.

⁵² Νιάρχος, Ν. (1997). *Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων*. (σελ. 114-5). (Ε' έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα- Πειραιάς.

Το ξενοδοχείο είναι μέλος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων και της ένωσης Attica Hotels Association. Βρίσκεται στην περιοχή της Αθήνας κοντά στο Μέγαρο Μουσικής και την Αμερικάνικη Πρεσβεία. Κύριο αντικείμενο του είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού και διοργάνωσης επαγγελματικών συνεδρίων, εκδηλώσεων και κάθε άλλου είδους δεξιώσεων. Για τον σκοπό αυτό απασχολεί 120 άτομα.

Το airotel stratos vassilikos διαθέτει 88 δωμάτια περιλαμβάνοντας αρκετούς τύπους δωματίων, από standard και executive δωμάτια, junior ή master suites, έως μία penthouse suite και bungalows. Όλοι οι τύποι δωματίων έχουν ανακαινιστεί ή αναδιαμορφωθεί πρόσφατα. Το ξενοδοχείο διαθέτει υπηρεσία δωματίου, εγκαταστάσεις συνεδριάσεων και επίσημων γευμάτων, επιχειρηματικό κέντρο, πλύσιμο ρούχων, στεγνοκαθαριστήριο, κομμωτήριο και σαλόνι ομορφιάς, VIP παροχές δωματίου, πρωινό στο δωμάτιο, υπηρεσία σιδερώματος, νυφική σουίτα, συνάλλαγμα, ενουίκιαση αυτοκινήτου, οργάνωση εκδρομών, φαξ και φωτοτυπικό, εστιατόριο, μπαρ, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν, εφημερίδες, δωμάτια και εγκαταστάσεις για Α.Μ.Ε.Α., ανελκυστήρα, γρήγορο check in και check out, ηχομονωμένα δωμάτια, χώρος αποθήκευσης αποσκευών, κλιματισμό, γυμναστήριο, σάουνα, χαμάμ. Επιπλέον στο πλαίσιο των παροχών του ξενοδοχείου διατίθεται δωρεάν ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο σε όλους τους χώρους.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα παρακάτω: Η εταιρία διαχρονικά από το 2004-2007 παρουσίασε αυξημένες πωλήσεις. Η αύξηση του συνόλου ενεργητικού της και ειδικότερα αν κάποιος εξετάσει τα πάγια στοιχεία της καθώς και το λογαριασμό τραπεζικών υποχρεώσεων, οδηγείται στο συμπέρασμα ότι η επιχείρηση ανανέωσε τον πάγιο εξοπλισμό της προβαίνοντας σε δάνεια. Αυτό μπορεί να επιβεβαιωθεί και από το λογαριασμό επιχορηγήσεων. Το 2006 και το 2008 η εταιρία είχε αυξημένες βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις καθώς και αρκετές χρηματοοικονομικές δαπάνες με αποτέλεσμα αυτό να έχει αντίκτυπο και στα μικτά αποτελέσματα χρήσης παρουσιάζοντας ζημιές για τα έτη αυτά. Το μέγεθος της εταιρικής μονάδας απεικονίζεται για την κάθε πενταετία στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1: Airotel Stratos Vassilikos

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	3.213.210,91	2.788.836,06	2.859.816,89	3.393.276,41	3.581.076,16
Κέρδη / Ζημιές	126.501,78	828.778,36	-26.343,57	60.472,18	-398.640,66
Σύν. Ενεργητικού	7.820.072,57	8.788.348,07	8.552.844,13	8.321.857,40	8.326.202,72

4.2 Athens Acropolis Hotel

Η εταιρική επωνυμία της ξενοδοχειακής μονάδας Athens Acropolis Hotel είναι ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε. και έχει σχεδιαστεί από τον αρχιτέκτονα Εμμανουήλ Βουρέκα. Το ξενοδοχείο τα τελευταία χρόνια έχει πέσει κατηγορία αστεριών κι από πέντε αστερών που ήταν σήμερα είναι τεσσάρων.

Βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας στην πλατεία της Ομόνοιας. Κύριο αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού και διοργάνωσης συνεδρίων, σεμιναρίων και επαγγελματικών συναντήσεων. Ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολεί ανέρχεται στα 150 άτομα.

Το Athens Acropolis διαθέτει 167 πολυτελή δωμάτια και σουίτες. Όλα τα δωμάτια και οι σουίτες διαθέτουν πλήρη ηχομόνωση, κλιματισμό, τηλέφωνο με απευθείας γραμμή και τηλεφωνητή, δορυφορική και τηλεόραση επί πληρωμής, ραδιόφωνο, δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο, μίνι μπαρ, χρηματοκιβώτιο ασφαλείας, προσωπικό αυτόματο τηλεφωνητή, μαρμάρινο μπάνιο με δεύτερο τηλέφωνο, πιστολάκι και υποδοχή ηλεκτρικού ρεύματος. Ωστόσο το ξενοδοχείο διαθέτει υπηρεσία είκοσι τετράωρης ρεσεψιόν, ανελκυστήρα, είκοσι τετράωρη ασφάλεια, γραμματειακή υποστήριξη, γραφείο ξενάγησης, επιχειρηματικό κέντρο, κέντρο συνεδριάσεων, δωμάτια επαγγελματικών συναντήσεων, υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτου, εστιατόριο, μπαρ, ξεχωριστή αίθουσα σερβιρίσματος πρωινού, χώρο αποθήκευσης αποσκευών, γυμναστήριο, σάουνα, και μασάζ.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Από το 2004 έως το 2008 παρουσιάζει πτώση στις πωλήσεις της και αύξηση ζημιών διαχρονικά. Παρ' όλες τις προσπάθειες ανακαίνισης και ανανέωσης του πάγιου εξοπλισμού της, το οποίο επιβεβαιώνεται και από το σύνολο του ενεργητικού της, η οικονομική της εικόνα χειροτερεύει. Αυτό επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι βάσει των οικονομικών καταστάσεων της η επιχείρηση έχει αυξήσει τις υποχρεώσεις της προς τρίτους καθώς και τις

χρηματοοικονομικές της δαπάνες. Μια γενικότερη εικόνα της οικονομικής της κατάστασης παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2: Athens Acropol Hotel

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	9.749.695,20	7.213.658,44	7.267.418,83	7.634.919,68	6.467.702,09
Κέρδη / Ζημιές	-73.689,25	-1.957.083,87	-1.693.313,90	-1.268.482,56	-1.940.348,96
Σύν. Ενεργητικού	31.265.018,58	34.090.153,69	34.083.467,04	35.703.099,08	43.051.805,51

4.3 Athens Ledra Marriott

Η εταιρική επωνυμία του Athens Ledra Marriott είναι ΑΣΤΥ Α.Ξ.Τ.Ε. και ανήκει στα Marriott Hotels & Resorts. Ο πολυεθνικός όμιλος διαθέτει σύνολο 494 ξενοδοχεία σε όλο τον πλανήτη.

Η ξενοδοχειακή μονάδα βρίσκεται στη Αθήνα στην λεωφόρο Συγγρού. Έχει σαν κύριο αντικείμενο δραστηριότητας την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, διοργάνωσης σεμιναρίων, συνεδρίων και κάθε είδους εκδηλώσεων. Ο αριθμός του εργατικού δυναμικού που απασχολεί ανέρχεται στα 270 άτομα.

Το ξενοδοχείο διαθέτει 296 δωμάτια και 18 σουίτες, τα οποία παρέχουν αυτόνομο κλιματισμό, απευθείας τηλεφωνική σύνδεση με τηλεφωνητή, δωρεάν δορυφορική τηλεόραση και ταινίες επί πληρωμή, μίνι-μπαρ, πιστολάκι μαλλιών, σίδερο και σιδερώστρα, δωρεάν καφέ και τσάι στο δωμάτιο, θυρίδα τιμαλών και ασύρματο internet. Στις πλαίσια παροχών του ξενοδοχείου περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες φύλαξης παιδιών, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, διοργάνωση ταξιδιών, γραμματειακή υποστήριξη, εξοπλισμό και υπηρεσίες επιχειρηματικού κέντρου, χώρους και εγκαταστάσεις συνεδρίων και διαφόρων εκδηλώσεων, μεταφορές με λμουζίνα, μεταφορές με λεωφορείο στο κέντρο της Αθήνας, ταμειακές μηχανές, βραδινή υπηρεσία δωματίου, θυρωρό, έξι εστιατόρια, μπαρ, ξένο συνάλλαγμα, μαγαζί δώρων και εφημερίδες, κομμωτήριο, υπηρεσία πλυντηρίου και παράδοσης ρούχων, στίλβωσης υποδημάτων, ρεσεψιόν, είκοσι τετράωρη υπηρεσία δωματίου και εγκαταστάσεις για Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες. Επιπλέον παρέχεται, πισίνα, τζακούζι, σάουνα.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Η οικονομική κατάσταση της ξενοδοχειακής

μονάδας δεν είναι τόσο ευνοϊκή, καθώς οι πωλήσεις έχουν σημειώσει πτώση και τα μικτά αποτελέσματα από το 2005 και μετά παρουσιάζουν ζημιές. Παράλληλα σε αυτούς τους ρυθμούς κινήθηκε και η αξία του συνολικού ενεργητικού της εταιρίας. Η εικόνα αυτή μπορεί να επιβεβαιωθεί και από τα ίδια κεφάλαια της τα οποία από το 2004 έως το 2008 ελαττώθηκαν σημαντικά. Το μέγεθος για την κάθε πενταετία παρουσιάζεται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3: Athens Ledra Marriott

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	20.448.872,40	18.294.292,49	18.333.082,84	19.908.684,26	18.740.638,97
Κέρδη / Ζημιές	1.437.100,52	-1.130.531,97	-1.673.425,54	-367.623,14	-4.513.011,33
Σύν. Ενεργητικού	30.929.402,66	30.432.537,86	29.700.894,77	29.037.242,98	26.952.147,47

4.4 Athens Life Gallery

Η εταιρική επωνυμία του Athens Life Gallery είναι T.E.I.M. BLUE GR A.E. και πέρασε στην ιδιοκτησία της Blue GR Mamidakis Hotels το 2002. Ο Όμιλος βραβεύτηκε με τα βραβεία “Μορφέας 2008” για την παροχή υψηλών υπηρεσιών των ξενοδοχείων του. Στα πλαίσια της έκθεσης “Φιλοξενία”, η ξενοδοχειακή μονάδα, μέλος των “The Leading Small Hotels of the World” και των “Design Hotels” βραβεύτηκε για το καλύτερο design ξενοδοχείο και για το spa του.

Το ξενοδοχείο ανεγέρθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1970 και το 2004 κατεδαφίστηκε και ξαναφτιάχτηκε με μινιμαλιστικές γραμμές. Κύριο αντικείμενο δραστηριότητας του είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, συσκέψεων, συσκέψεων και στη φροντίδα σώματος με θεραπείες ευεξίας και χαλάρωσης. Βρίσκεται στην Εκάλη στα βόρεια προάστια της Αττικής και απασχολεί στο εργατικό δυναμικό του 233 άτομα.

Το Athens Life Gallery διαθέτει 3 art studio, 3 σουίτες και 24 deluxe δωμάτια καθημερινό βραδινό σέρβις, έπιπλο γραφείου εντός δωματίου, δορυφορική τηλεόραση, ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο, mini-bar, γραμμές ISDN και δεδομένων, διαδραστική συσκευή με επίπεδη οθόνη, καθιστικό και χώρο εργασίας. Επίσης παρέχονται καθημερινά εφημερίδες, υπηρεσία πλυντηρίου και στεγνοκαθαρίσματος, σιδέρωμα, καθαρισμό υποδημάτων, κέντρο εργασίας με πρόσβαση στο διαδίκτυο, υπηρεσία συναλλάγματος, γυάλισμα παπουτσιών, εννοικίαση αυτοκινήτου, οργάνωση

εκδρομών, φαξ και φωτοτυπικό, υπηρεσία αγοράς εισιτηρίων, αίθουσα συσκέψεων και αίθουσα συνεδριάσεων, εστιατόριο με γκαλερί κρασιού, μπαρ, αίθουσα διαλογισμού και περισυλλογής, είκοσι τετράωρη υπηρεσία δωματίου, χώρος στάθμευσης, είκοσι τετράωρη ασφάλεια, επιπλωμένα μπαλκόνια, ταϊλανδέζικο μασάζ, πισίνα ευεξίας, λασποθεραπείες και μίνι γυμναστήριο, σάουνα, ατμόλουτρο και τζακούζι.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα παρακάτω: Τα οικονομικά στοιχεία της εταιρίας δείχνουν μια συνεχή αυξητική ροή από το 2004 έως το 2007. Το 2008 αν και είχε μια μικρή πτώση σε σχέση με το 2007 παρουσίασε περισσότερα κέρδη από κάθε άλλη χρονιά μέσα στην πενταετία 2004-2008. Το 2004 η επιχείρηση είχε ζημιές. Αυτό επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι το 2004 το ξενοδοχείο κατεδαφίστηκε. Από το 2005 και μετά οι πωλήσεις της έχουν αυξηθεί στο διπλάσιο, δεδομένου της αλλαγής αυτής. Η παρουσίαση κερδών της εταιρίας για το 2005 μπορεί να δικαιολογηθεί από τις μειωμένες βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Ωστόσο η μείωση του συνόλου του ενεργητικού της ίσως να απέδωσε περισσότερο μειώνοντας τις υποχρεώσεις της και αυξάνοντας κατά πολύ τα κέρδη της. Παρακάτω απεικονίζεται συνοπτικά η εικόνα της μονάδας για τα έτη 2004 έως και 2008.

Πίνακας 4: Athens Life Gallery

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	3.550.988,67	7.887.264,90	12.907.894,91	15.695.312,45	15.051.564,18
Κέρδη / Ζημιές	-79.657,72	335.394,90	-231.065,33	-130.811,12	13.495.460,55
Σύν. Ενεργητικού	13.716.898,41	39.304.404,71	72.739.466,00	71.412.213,24	63.743.292,62

4.5 Crowne Plaza Athens City Centre

Το Crowne Plaza Athens City Centre ανήκει στην επιχείρηση ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ξ.Τ.Ε. και αποτελεί ένα από τα νεότερα μέλη της αλυσίδας ξενοδοχείων Hotels & Resorts. Ανήκει στον όμιλο Intercontinental Hotels Group και είναι μέλος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων. Το Crowne Plaza Athens City Centre κέρδισε τη διάκριση “Excellence Quality Award 2010” από τον παγκόσμιο όμιλο ξενοδοχείων Intercontinental Hotels Group και τη “Certificate of Excellence 2010” από την έγκυρη ταξιδιωτική σελίδα Trip Advisor.

Το κύριο αντικείμενο δραστηριότητας του ξενοδοχείου είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, συνεδρίων, συσκέψεων και στη φροντίδα σώματος με θεραπείες ευεξίας και χαλάρωσης. Το Crowne Plaza Athens City Centre βρίσκεται πολύ κοντά στο κέντρο της Αθήνας και το Μέγαρο Μουσικής. Το εργατικό δυναμικό που απασχολεί ανέρχεται στα 250 άτομα.

Το Crowne Plaza Athens City Centre διαθέτει 193 πολυτελή δωμάτια και σουίτες τα οποία διαθέτουν δορυφορική τηλεόραση, θυρίδα ασφαλείας για φορητούς υπολογιστές που ανοίγει με την πιστωτική κάρτα, τρία τηλέφωνα, media hub, γρήγορη ενσύρματη ή ασύρματη πρόσβαση, ηχομόνωση, αυτοελεγχόμενο κλιματισμό ή θέρμανση με ρύθμιση θερμοκρασίας, δυνατότητα επιλογής μαξιλαριού, ειδικό ανατομικό στρώμα, διαδικτυακό σύστημα ελέγχου πρόσβασης δωματίου. Στα πλαίσια των υπηρεσιών που παρέχει είναι τα εστιατόρια, μπαρ, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν, υπόγειο χώρος στάθμευσης εκατόν πενήντα θέσεων, κατάστημα δώρων, ταμειακή μηχανή, τουαλέτες για άτομα με ειδικές ανάγκες, εφημερίδες, κήπος, αίθριο, δωμάτια για μη καπνίζοντες, ανελκυστήρας, γυμναστήριο, σάουνα, χώρο για μασάζ, εξωτερική πισίνα, κέντρο άθλησης και ευεξίας, γρήγορο check in και check out, θυρίδα ασφαλείας, design ξενοδοχείο, χώρος αποθήκευσης αποσκευών, κλιματισμό, υπηρεσία δωματίου, υπηρεσία φύλαξης παιδιών, υπηρεσία αχθοφόρου, χώρο διαλογισμού και περισυλλογής, δεκατέσσερις συνεδριακούς χώρους με εγκαταστάσεις, μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, επιχειρηματικό κέντρο, πλύσιμο ρούχων, στεγνωκαθαριστήριο, πρωινό στο δωμάτιο, πρωινό μπουφέ με 75 είδη.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής. Οι πωλήσεις του ξενοδοχείου παρουσιάζουν πτωτική τάση. Το ίδιο συμβαίνει και με το κυκλοφορούν ενεργητικό της επιχείρησης που έχει μειωθεί κατά 32% μέσα στην πενταετία. Η οικονομική κρίση είχε σημαντική επίδραση στα αποτελέσματα της επιχείρησης για το 2008. Πιο συγκεκριμένα η επιχείρηση κατέφυγε το 2006 σε ομολογιακά δάνεια προκειμένου να επιτύχει τους οικονομικούς σκοπούς της. Ωστόσο, μέχρι το 2008 κατάφερε να αποπληρώσει μεγάλο ποσό από παλαιότερα δανειακά χρέη. Αν και σημείωσε ζημιές για το 2008 αύξησε τα αποθεματικά της κατά 13 εκατομμύρια ενώ τις προηγούμενες χρονιές κυμαινότουσαν στο ένα εκατομμύριο. Οι ζημιές αυτές αιτιολογούνται από το γεγονός ότι η επιχείρηση είχε αυξημένες υποχρεώσεις προς τρίτους. Ωστόσο, δε

διενεργήθηκαν προβλέψεις εις βάρος των αποτελεσμάτων χρήσης και της καθαρής θέσης της επιχείρησης για τις ανέλεγκτες χρήσεις, με αποτέλεσμα να μη μπορεί να γίνει πρόβλεψη που αφορούν πρόσθετους φόρους και προσαυξήσεις. Τέλος για τα έτη 2003-2006 έγινε απορρόφηση της Mirasol A.E. με αποτέλεσμα επιβολής πρόσθετων φόρων μέσα στα επόμενα έτη. Το μέγεθος της εταιρικής μονάδας απεικονίζεται για την κάθε πενταετία στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 5: Crowne Plaza Athens City Centre

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	15.896.354,23	12.645.050,97	13.726.397,00	14.579.088,80	12.842.613,00
Κέρδη / Ζημιές	2.717.470,00	263.049,77	1.724.405,90	2.601.878,74	-579.103,31
Σύν. Ενεργητικού	25.547.875,57	24.182.370,54	23.227.414,36	22.880.580,14	8.055.355,13

4.6 Divani Caravel

Το Divani Caravel ανήκει στην επιχείρηση ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε. του ομίλου Δίβανη ο οποίος δραστηριοποιείται στην εκμετάλλευση ξενοδοχείων για περισσότερα από 46 έτη. Μέλος των Leading Hotels of the World έχει βραβευτεί με το βραβείο “Star Diamond Award” από την ένωση “The American Academy of Hospitality Science”.

Το Divani Caravel ανακαινίστηκε πλήρως το 2003 και έχει ως κύριο αντικείμενο δραστηριότητας την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, διοργάνωσης συνεδρίων, γαμήλιων δεξιώσεων και κάθε είδους εκδήλωση. Βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας πολύ κοντά στο Κολωνάκι. Το εργατικό δυναμικό που απασχολεί ανέρχεται στα 170 άτομα.

Το Divani Caravel διαθέτει 447 πολυτελή δωμάτια, 42 σουίτες και δύο προεδρικές σουίτες. Τα δωμάτια παρέχουν παράθυρα με ηχομόνωση, πόρτες με πυρασφάλεια, mini-bar, καλωδιακή και δορυφορική τηλεόραση, προσωπική τηλεφωνική γραμμή με τηλεφωνητή, γρήγορη πρόσβαση στο διαδίκτυο, γραμμές ISDN και δεδομένων, κλιματισμό, μπιστολάκι και χρηματοκιβώτιο. Επιπλέον υπάρχουν δωμάτια για μη καπνιστές. Στις παροχές του ξενοδοχείου συγκαταλέγονται δεκαέξι εξοπλισμένες αίθουσες για συνεδριάσεις και εκθέσεις, τρεις αίθουσες για εταιρικές συναντήσεις, είκοσι τετράωρη υπηρεσία δωματίου, πρακτορείο τύπου, είδη δώρων, κομμωτήριο, καθαριστήριο και στεγνωκαθαριστήριο, ενυκίαση αυτοκινήτου και λιμουζίνας, ιδιωτικό χώρο στάθμευσης και μεταφορά αυτοκινήτων, αποθηκευτικός χώρος αποσκευών, ιατρικές υπηρεσίες, επιχειρηματικό κέντρο,

δωρεάν μεταφορά στο κέντρο της πόλης, υπηρεσία ταμειακής μηχανής, πίνακας ανακοινώσεων με επίπεδη οθόνη, γυμναστήριο, εσωτερική και εξωτερική πισίνα, σάουνα, ατμόλουτρο, δυο εστιατόρια, δυο μπαρ και ένα σαλόνι που εξειδικεύεται στα είδη καπνού.

Τα στοιχεία που απορρέουν από τις οικονομικές καταστάσεις της επιχείρησης για την πενταετία 2004-2008 δείχνουν μια πτώση στα κέρδη της εταιρίας. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να αιτιολογηθεί από το γεγονός ότι το 2003 και 2004 δεν διεξήχθη οικονομικός έλεγχος με αποτέλεσμα η επιχείρηση να επιβαρυνθεί με πρόσθετους φόρους και να μειωθούν τα κέρδη της. Το ίδιο ισχύει και για τα έτη 2006 και 2007. Η πτώση των κερδών της οφείλεται ωστόσο και στην αποπληρωμή παλιότερων δανείων. Η αύξηση του ενεργητικού της μαρτυρά τη χρηματοδότηση των παγίων. Τα αυξημένα κέρδη το 2004 επιβεβαιώνονται και από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, που ευνόησε όλο το φάσμα του τουρισμού στην Αττική. Ωστόσο σε σχέση με τα υπόλοιπα ξενοδοχεία του κλάδου είναι σε πλεονεκτική θέση και από άποψης ξένων κεφαλαίων και από άποψης πωλήσεων. Προφανώς η διοίκηση έχει εφαρμόσει ορθή πολιτική λήψης αποφάσεων. Μια εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης για την πενταετία 2004-2008 παρουσιάζεται εκτενέστερα στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6: Divani Caravel

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	45.543.599,98	36.851.956,00	40.982.644,06	44.678.499,28	45.770.627,05
Κέρδη / Ζημιές	13.420.934,09	6.453.953,00	7.899.193,23	8.427.728,05	8.756.258,65
Σύν. Ενεργητικού	58.578.700,01	53.875.881,00	60.277.808,57	72.052.207,35	71.737.266,67

4.7 Grand Resort Lagonissi

Το Grand Resort Lagonissi ανήκει στην εταιρία ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε. και στον όμιλο ξενοδοχειακής αλυσίδας The Leading Hotels of the World. Το ξενοδοχείο έχει βραβευτεί σε ελληνικό και διεθνές περιβάλλον με τους τίτλους “Europe’s Leading Conference Resort 2008”, “Greece’s Leading Conference 2008”, “Best Business Resort 2009” και “Top Holiday Resort 2010”. Το Grand Resort Lagonissi είναι μέλος των Helios hotels & Resorts, των Leading Spas, των Leading Green και του The Green Key.

Το ξενοδοχείο δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, χαλάρωσης και ευεξίας καθώς και αισθητικών θεραπειών, συνεδρίων

γάμων και κάθε είδους εκδηλώσεων. Βρίσκεται στο Λαγονήσι, 40 χιλιόμετρα έξω από την Αθήνα και απασχολεί 75 άτομα στο εργατικό δυναμικό του.

Το Grand Resort Lagonissi διαθέτει 260 δωμάτια που επιμερίζονται σε επτά κατηγορίες ομάδων τα και στα οποία υπάρχουν τα deluxe, τα bungalows, οι σουίτες και οι βίλες. Στα πλαίσια των δωματίων παρέχονται κλιματισμός, 24ωρη υπηρεσία δωματίου, δύο φορές την ημέρα καθαριότητα, multi - line ή απευθείας τηλεφωνική γραμμή, ενσύρματη και ασύρματη υψηλής ταχύτητας πρόσβαση στο διαδίκτυο, τηλεφωνητής, δορυφορική τηλεόραση, video - on - demand, πλήρως εξοπλισμένο ποτών mini bar, θυρίδα ασφαλείας στο δωμάτιο, μπουρνούζια και παντόφλες και σεσουάρ μαλλιών. Το ξενοδοχείο παρέχει υπηρεσίες χαλάρωσης και ευεξίας, αισθητικών θεραπειών, διαιτητικής βιοντολογίας, υδροβιοντολογίας και αισθητικής βιοντολογίας με το κέντρο ThalaSpa Spa Chenot και Fitness Club, τμήμα δημοσίων σχέσεων, κομμωτήριο, τμήμα για παιδιά, υπηρεσία φύλαξης παιδιών, εννιά εστιατόρια και μπαρ, παιδικό μενού, ειδικά γεύματα διαίτης και με χαμηλά λιπαρά, αυτοκίνητο με σοφέρ και υπηρεσία καλωσορίσματος στο αεροδρόμιο, ελικοδρόμιο και υπηρεσίες ελικοπτερου, λμουζίνα και ενουκίαση αυτοκινήτου, ενουκίαση γιοτ, υπηρεσίες ιδιωτικού τζετ, ιδιωτικό εσωτερικό χώρο στάθμευσης, ηλεκτρικά αμαξάκια του γκολφ, εφημερεύων γιατρό, υπηρεσίες καθαριστηρίου, ταξιδιωτικού γραφείου, περίπτερο και κατάστημα, βοηθό αγορών, εξωτερική θερμαινόμενη πισίνα, δυο γήπεδα τένις με γκαζόν, γήπεδο μπάσκετ, γήπεδο βόλεϊ, μίνι γκολφ, υπαίθριο κινηματογράφο, αμμώδεις παραλίες με σεζλόνγκ και ομπρέλες, προσωπικό γυμναστή, πρόγραμμα γυμναστηρίου, διοργάνωση ιστιοπλοΐας και θαλάσσιου σκι, ρυμουλκούμενες κουλούρες, διοργάνωση βαρκάδων, ποδηλασίας και ιδιωτικών εκδρομών σε αξιοθέατα με ξεναγό. Επιπλέον, έχει μεγάλη αίθουσα συνεδριάσεων, επιχειρηματικό κέντρο, αίθουσες για ιδιωτικές συναντήσεις, σουίτες και βίλες για ιδιωτική εστίαση. Τέλος παρέχει δυνατότητες τηλεδιάσκεψης και web casting, οπτικοακουστικό εξοπλισμό και τεχνική υποστήριξη. Για τους επισκέπτες παρέχονται υπηρεσία οικονόμου, VIP check in/out, εικοσιτετράωρη εξυπηρέτηση δωματίου, εστίαση στο δωμάτιο, μασάζ & θεραπείες αισθητικής στο δωμάτιο, πολυτελή προϊόντα μπάνιου και φροντίδας προσώπου, πολυτελείς ρόμπες & παντόφλες, δυνατότητα επιλογή μαξιλαριών, ενσύρματη & ασύρματη υψηλών ταχυτήτων πρόσβαση στο διαδίκτυο, υπηρεσία video - on - demand, μηχανή καφέ

espresso στις σουίτες και στις βίλλες, υπηρεσία φρεσκαρίσματος δωματίου δύο φορές την ημέρα και καθημερινή παράδοση εφημερίδας στο δωμάτιο.

Η οικονομική πορεία της επιχείρησης είναι σε γενικά πλαίσια θετική για τη αναλυθείσα πενταετία 2004-2008. Από το 2004 έως και το 2006 παρουσίασε αύξηση των πωλήσεων της. Το συνολικό ενεργητικό της και κυρίως τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της αυξάνονται ανά έτος για τις χρήσεις 2004-2008. Αυτό συνέβη εξαιτίας του συμβάντος ότι ο εκμισθωτής δεν είχε συμμορφωθεί πλήρως με το διατακτικό της διαιτησίας των εκτάσεων με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μην έχει την εκμετάλλευση των μισθωμένων εγκαταστάσεων. Βάσει των οικονομικών καταστάσεων της η εταιρία για όλη την πενταετία λειτούργησε εποχιακά και μόνο στο τμήμα των εγκαταστάσεων της εξαιτίας της μη ολοκλήρωσης του κύριου επενδυτικού της προγράμματος. Το 2006 εκδόθηκε διαιτητική απόφαση με την οποία ορίζονται οι υποχρεώσεις και οι προϋποθέσεις για την ολοκλήρωση του επενδυτικού προγράμματος. Ωστόσο οι φορολογικές δηλώσεις των χρήσεων 2005 έως και 2008 δεν έχουν εξετασθεί από φορολογικές αρχές με αποτέλεσμα τα επόμενα έτη να επιβαρυνθούν με πρόσθετους φόρους. Το έτος διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων είναι κερδοφόρο για την επιχείρηση, σε σχέση με τα επόμενα έτη όπου εμφανίζει ζημιές. Έκτοτε όμως η επιχείρηση έχει εμφανίσει αυξημένες δανειακές υποχρεώσεις. Μια πιο συνοπτική εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης για τα έτη 2004 έως και 2008 διατίθεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 7: Grand Resort Lagonissi

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	14.218.408,40	17.995.132,04	26.153.162,73	24.908.693,30	22.653.735,51
Κέρδη / Ζημιές	3.897.715,61	-3.829.821,74	-2.149.622,85	-5.786.061,93	-7.344.221,12
Σύν. Ενεργητικού	149.267.248,25	153.807.940,09	160.034.511,45	167.201.433,02	185.151.860,66

4.8 Intercontinental Athenaum Athens

Το ξενοδοχείο Intercontinental Athenaum Athens μέλος της παγκόσμιας αλυσίδας Intercontinental Hotels & Resorts στην Ελλάδα έχει την εταιρική επωνυμία ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε. Η αλυσίδα των ξενοδοχείων Intercontinental αποτελείται από 150 ξενοδοχειακές μονάδες σε 100 χώρες, ξεκινώντας από την Βραζιλία το 1946.

Το Athenaeum InterContinental Athens έχει βραβευτεί πέντε χρονιές με τη διάκριση “Greece As Leading Conference Hotel” και “Greece As Leading Business

Hotel” στο World Travel Awards Europe. Ωστόσο πολυβραβευμένα είναι και τα εστιατόρια του από το Chef’s Club.

Η ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε. δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, εστίασης, χαλάρωσης και ευεξίας, διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων. Βρίσκεται κοντά στην Αθήνα στη λεωφόρο Συγγρού και απασχολεί ανθρώπινο δυναμικό 529 άτομα.

Το ξενοδοχείο διαθέτει 543 δωμάτια με 60 σουίτες. Ωστόσο διαθέτει δωμάτια για μη καπνίζοντες και δωμάτια με εγκαταστάσεις για Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες. Όλα τα δωμάτια είναι ηχομονωμένα με κλιματισμό, βιντεοπαιχνίδια, συσκευή αναπαραγωγής πολυμέσων, δορυφορική τηλεόραση και επίσης διατίθενται VIP υπηρεσίες δωματίου. Στις υπηρεσίες του ξενοδοχείου συμπεριλαμβάνονται είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν, εφημερίδες, κήπος, αίθριο, ανελκυστήρας, γρήγορο check in και check out, θυρίδα ασφαλείας, θέρμανση, χώρο αποθήκευσης αποσκευών, αντιαλλεργικό δωμάτιο, κλιματισμό, χώρο καπνιστών, είκοσι οχτώ αίθουσες με εγκαταστάσεις συνεδριάσεων και επίσημων γευμάτων, επιχειρηματικό κέντρο, φαξ και φωτοτυπικό, φύλαξη βρεφών - παιδιών, πλύσιμο ρούχων, στεγνοκαθαριστήριο, VIP παροχές δωματίου, πρωινό στο δωμάτιο, μεσημεριανό γεύμα σε πακέτο, υπηρεσία σιδερώματος, γυάλισμα παπουτσιών, κατάστημα ψιλικών, ανθοπωλείο, κατάστημα δώρων, περίπτερο εφημερίδων, συνάλλαγμα, υπηρεσίας διοργάνωσης εκδρομών, αγοράς εισιτηρίων, αεροπορικών πληροφοριών, ενοικίαση αυτοκινήτου, θρωρό, ιδιωτικό χώρο στάθμευσης, μηχανήμα αυτόματης ανάληψης, ιδιωτικό check in/out, σάουνα, γυμναστήριο, κέντρο ευεξίας και σπα, μασάζ, υδρομασάζ, εξωτερική πισίνα, ένα σνακ μπαρ, δυο μπαρ και τέσσερα εστιατόρια.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Το 2004 ήταν μια θετική χρονιά για αρκετές ξενοδοχειακές μονάδες λόγω της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων. Μια από αυτές τις μονάδες είναι και το Intercontinental Athens καθώς σημείωσε το μεγαλύτερο ποσοστό κερδών σε σχέση με τα ακόλουθα χρόνια. Το 2005 είχε μια μείωση της τάξεως 15% στο σύνολο παγίων, το οποίο οφείλεται σε συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρήσεις. Παράλληλα, μείωση είχε επί των πωλήσεων αλλά και επί των κερδών της, καταφέρνοντας όμως να μειώσει τις δανειακές τις υποχρεώσεις από 3 εκατομμύρια σε 880 χιλιάδες ευρώ. Το 2006 είχε μια αύξηση πωλήσεων του ποσοστού 5% που επέφερε κέρδη αυξημένα κατά 14% περίπου. Το 2007 η

επιχείρηση έκανε κάποιες αγορές για μεταφορικά μέσα, έπιπλα και λοιπό εξοπλισμό. Ωστόσο τα ίδια της κεφάλαια έχουν αυξηθεί κατά 2 εκατομμύρια. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση έκλεισε τη χρονιά του 2008 με κύκλο εργασιών της τάξεως των 34 εκατομμυρίων ευρώ. Η εταιρία ωστόσο εμφάνισε μείωση κερδών 19% παρόλο που αυτά παρέμειναν στο επίπεδο των 2,7 εκατομμυρίων ευρώ. Παρά τη σημαντική αύξηση των υποχρεώσεων και των έκτακτων φόρων η κεφαλαιακή της δομή είναι υγιής. Το μέγεθος της εταιρικής μονάδας απεικονίζεται για την κάθε πενταετία στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8: Athenaum Intercontinental

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	33.505.142,98	29.120.626,27	30.636.734,53	33.588.078,97	33.783.421,32
Κέρδη / Ζημιές	3.710.994,65	1.341.885,42	1.522.810,62	3.282.451,74	2.657.523,08
Σύν. Ενεργητικού	50.855.546,17	41.147.842,05	40.972.395,64	44.116.160,54	63.339.545,70

4.9 NJV Athens Plaza

Το NJV Athens Plaza με εταιρική επωνυμία ΒΑΡΝΙΚΟΣ Α.Ε. ανήκει στα Preferred Hotels and Resorts. Ως μέλος του ομίλου Classical Hotels έχει υιοθετήσει τα βραβευμένα Standards of Excellence. Η ξενοδοχειακή μονάδα έχει χρηματοδοτηθεί μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ελλάδας στα πλαίσια της δράσης “digi lodge”.

Η κύρια δραστηριότητα της ξενοδοχειακής μονάδας είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, διοργάνωσης συνεδρίων και επαγγελματικών συναντήσεων. Βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας στην πλατεία Συντάγματος και απασχολεί προσωπικό 115 ατόμων.

Το NJV Athens Plaza διαθέτει 159 δωμάτια με 23 υπερπολυτελείς σουίτες, τα οποία έχουν ηχομόνωση, θέρμανση και κλιματισμό. Το ξενοδοχείο παρέχει τρία εστιατόρια και ένα κατάστημα καφέδων – σνακ, δυο μπαρ, πέντε αίθουσες, συνεδριακών χώρων, σαλόνια, ανελκυστήρες επισκεπτών και αποσκευών, φύλαξη αποσκευών, υπηρεσία αφύπνισης, θυρίδα ασφαλείας, δυνατότητα αργοπορημένου check-out ή γρηγορότερου check-in, εξυπηρέτηση δωματίων επί είκοσι τετραώρου βάσεως, συνάλλαγμα, φαξ και φωτοτυπικό, εφημερίδες, υπηρεσία καθαρισμού και σιδερώματος ρούχων, υπηρεσία γρήγορου σιδερώματος ρούχων, δωμάτια καπνιστών και μη, δυνατότητα διοργάνωσης κοινωνικών εκδηλώσεων, συνεδρίων και συναντήσεων, πολύγλωσσο προσωπικό υποδοχής, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν,

ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο στα δωμάτια και τους κοινόχρηστους χώρους, πρωινός μπουφές αμερικάνικου τύπου, παροχή πληροφοριών για την πόλη και δυνατότητα κρατήσεων εκδρομών, υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτων και πολυτελών οχημάτων, με οδηγό ή χωρίς, δυνατότητα γραμματειακής υποστήριξης, πλήρως εξοπλισμένο επιχειρηματικό κέντρο.

Σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις της εταιρίας για την αναλυθείσα πενταετία 2004-2008 προέκυψαν τα παρακάτω: Το 2004 ήταν αρκετά κερδοφόρο έτος για τις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες. Αν και στη παρούσα προς ανάλυση ξενοδοχειακή μονάδα, δεν έχει ασκηθεί φορολογικός έλεγχος από φορολογικές αρχές για την πενταετία 2004-2008, παρουσιάζει ιδιαίτερα μειωμένα κέρδη για το 2005, 2006 και 2008. Το 2008 πυροδοτεί αρνητική χρονιά για τον τουρισμό σημειώνοντας μειωμένες πωλήσεις και στην ΒΑΡΝΙΚΟΣ Α.Ε. Αν και κατάφερε να μειώσει τις δανειακές της υποχρεώσεις και έχει αυξήσει τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία αλλά και τη κεφαλαιακή της θέση, τα κέρδη της είναι μειωμένα κατά 77%. Οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις τα έτη 2005 και 2006 είναι ιδιαίτερα αυξημένες με αποτέλεσμα να επηρεάσουν τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης. Επιπλέον, η επιχείρηση για το 2004 είχε μειωμένες υποχρεώσεις σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά και αύξησε τα κεφάλαια της. Σαν αποτέλεσμα παρουσίασε αύξηση κερδών σε σχέση με τα υπόλοιπα έτη. Μια πιο συνοπτική εικόνα για την εν λόγω πενταετία παρατίθεται στο παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 9: NJV Athens Plaza

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	9.530.296,72	8.120.278,10	8.758.241,59	9.390.457,02	8.554.573,45
Κέρδη / Ζημιές	745.293,55	71.233,22	86.264,75	794.497,46	182.321,18
Σύν. Ενεργητικού	19.441.486,60	17.863.669,41	17.580.033,57	17.206.876,81	21.335.863,23

4.10 Park Hotel Athens

Η εταιρική επωνυμία του Park Hotel Athens είναι ΞΕΝΤΕ Α.Ε. Το Park Hotel Athens λειτούργησε πρώτη φορά το 1976 στις παρυφές του Πεδίου του Άρεως. Το 2001 ανακαινίστηκε σε ξενοδοχείο πολυτελείας υψηλών προδιαγραφών, ιδανικό για συναντήσεις, συνέδρια, παρουσιάσεις, σεμινάρια, εκθέσεις, δεξιώσεις και συνεστιάσεις. Το 2010 το ξενοδοχείο ανακαίνισε για άλλη μια φορά τους κοινόχρηστους χώρους του.

Η κύρια δραστηριότητα του ξενοδοχείου τοποθετείται στην παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, catering και εκτός του ξενοδοχείου και υπηρεσίες διοργανώσεων συνεδρίων, δεξιώσεων, γάμων και κάθε είδους εκδήλωση. Βρίσκεται κοντά στο κέντρο της Αθήνας στις αρχές της λεωφόρου Αλεξάνδρας. Το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολεί για λειτουργία του ανέρχεται στα 115 άτομα.

Το Park Hotel Athens διαθέτει 130 ηχομονωμένα δωμάτια, που διακρίνονται σε 86 standard δωμάτια, 44 superior δωμάτια και 10 σουίτες. Στους επαγγελματίες πελάτες του το ξενοδοχείο παρέχει δυο αίθουσες συνεδρίων ή επαγγελματικών συναντήσεων, δωρεάν ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο από όλο το ξενοδοχείο με υψηλές ταχύτητες, εξοπλισμένο επιχειρηματικό κέντρο, ενοικίαση οπτικοακουστικών μέσων, υπηρεσία ταχυδρομείου, καθημερινή εφημερίδα, δυνατότητα λήψης και αποστολής ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και φαξ, ρούτερ, εξοπλισμένους χώρους συσκέψεων και οργάνωσης συγκεντρώσεων, δυνατότητα χρήσης φωτομηχανήματος, γραμματειακή υποστήριξη, ηλεκτρονικούς υπολογιστές και εκχώρο εργασίας. Για τους υπόλοιπους πελάτες διατίθενται εξυπηρέτηση δωματίου, γυμναστήριο πλήρως εξοπλισμένο με όργανα γυμναστικής, σάουνα, εξωτερική πισίνα με θέα, φύλαξη αποσκευών, υπηρεσία ενοικίασης αυτοπρογενέστερο check in και αργοπορημένο check out, συνάλλαγμα, διοικητικό κέντρο, εκδρομών, εξοπλισμένο μίνι μπαρ, υπηρεσία πλυντηρίου και στεγνωκαθαριστήριου, χώρος στάθμευσης 300 οχημάτων, χρηματοκιβώτιο σε όλα τα δωμάτια, και με είδη δώρων, υπηρεσία αφύπνισης, γιατρό, δυνατότητα κλήσης ταξί και οικογενειάρχες πέντε ζεύγη δωματίων με ενδιάμεση πόρτα επικοινωνίας, φύλαξης παιδιών, παιδικές καρέκλες στο εστιατόριο, παιδικό κρεβάτι και μπάνιο. Επιπλέον το ξενοδοχείο παρέχει εστιατόριο, μπαρ, είκοσι τραπεζαρίες, εφημερίδες, αίθριο, δωμάτια και εγκαταστάσεις για Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες, ανελκυστήρα, θυρίδα ασφαλείας, θέρμανση, κλιματισμό, νυφική σουίτα, μενού ειδικής διατροφής, πρωινό στο δωμάτιο και θυρωρείο.

Η ανάλυση των οικονομικών στοιχείων της εταιρίας για την πενταετία 2004-2008 παρουσιάζεται συνοπτικά παρακάτω. Το 2004 προέβη σε αγορές πάγιων περιουσιακών στοιχείων, η εκμετάλλευση των οποίων επέφερε κέρδη στην επιχείρηση. Σε αυτό συμβάλλει και η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων που αύξησε τον τουρισμό κατά κόρον. Τα κέρδη της επιχείρησης μειώθηκαν κατά 85% και οι πωλήσεις της κατά 19% σε σχέση με το 2004. Το 2006 το συνολικό ενεργητικό της

έχει αυξηθεί από αύξηση απαίτησης που πραγματοποιήθηκε από πώληση πάγιου στοιχείου. Επιπλέον η κεφαλαιακή της θέση αναδιαμορφώθηκε το 2006 προκειμένου να αντικατοπτρίζει την θέση της πιο συγκρίσιμη με τα άλλα έτη. Το 2007 αν και είχε περισσότερες πωλήσεις είχε λιγότερα κέρδη. Αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί από το γεγονός ότι η εταιρία ελέγχθηκε φορολογικά το 2006 για τις προηγούμενες χρήσεις με αποτέλεσμα τα επόμενα έτη να επιβαρυνθεί με επιπρόσθετους φόρους. Το 2008 αν και δεν ήταν καλή χρονιά για την τουριστική κίνηση η επιχείρηση είχε μείωση μόνο 6% στις πωλήσεις της. Η αύξηση ενεργητικού της οφείλεται σε αναπροσαρμογή της αξίας των παγίων. Ωστόσο είχε μείωση στα καθαρά αποτελέσματα εξαιτίας εξόδων που την επιβάρυναν από προηγούμενες χρήσεις. Το μέγεθος της για την κάθε πενταετία παρουσιάζεται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 10: Park Hotel Athens

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	8.473.952,07	6.837.110,29	7.330.027,72	7.723.193,75	7.198.216,32
Κέρδη / Ζημιές	793.337,65	117.570,74	2.031.366,45	644.339,00	236.063,54
Σύν. Ενεργητικού	15.166.173,15	15.073.057,10	17.270.637,27	15.820.890,55	16.139.057,47

4.11 Pentelikon Hotel

Η ξενοδοχειακή μονάδα Pentelikon Hotel ανήκει στην εταιρία ΒΑΡΔΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΣΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε. και συνιστάται από τον όμιλο Conde Nast Johansens, που είναι όμιλος συνιστώμενων πολυτελών ξενοδοχείων και boutique. Τα εστιατόρια του ξενοδοχείου έχουν βραβευτεί με χρυσούς σκούφους για όλα τα χρόνια του θεσμού και με βραβεία gourmet. Επιπροσθέτως το πρώτο εστιατόριο του ξενοδοχείου βραβεύτηκε με αστέρι Michelin και παραμένει βραβευμένο έως και σήμερα.

Η οικοδόμηση του Πεντελικόν ξεκίνησε το 1924. Το 1927 εγκαινιάστηκε και το 1984 έγινε ξενοδοχείο 5 αστέρων. Λόγος της μεταμόρφωσης του αποτελεί η αλλαγή ιδιοκτησίας που έκτοτε πέρασε στα χέρια της οικογένειας του Χάρη Βαρδή. Το 2004 το Pentelikon επεκτάθηκε με τρία νέα κτίρια, όπου προστέθηκαν δεκατέσσερις πολυτελείς σουίτες στον τέταρτο όροφο. Το 2004 το Pentelikon επεκτάθηκε με τρία νέα κτίρια, όπου προστέθηκαν δεκατέσσερις πολυτελείς σουίτες στον τέταρτο όροφο.

Το Pentelikon έχει ως κύρια δραστηριότητα του την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, catering στο κτήμα Pentelikon και υπηρεσίες διοργανώσεων

συνεδρίων, δεξιώσεων, γάμων και κάθε είδους εκδήλωση. Βρίσκεται στα βόρεια προάστια, στην Κηφισιά και απασχολεί εργατικό δυναμικό 250 ατόμων.

Το ξενοδοχείο διαθέτει 101 δωμάτια τα οποία διακρίνονται σε επτά τύπους, εκ των οποίων τα δεκαέξι είναι σουίτες. Το ξενοδοχείο εκτείνει τις υπηρεσίες του παρέχοντας υπηρεσία δωματίου, θυρωρό, ταχυδρομείο, ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο, υπηρεσίες πλυντηρίου και στεγνού καθαρίσματος, υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου, γιατρό, ανταλλακτήριο συναλλάγματος, χρηματοκιβώτιο, φύλαξη αποσκευών, χώρο στάθμευσης, υπηρεσία λιμουζίνας, πισίνα, γυμναστήριο, υπηρεσίες χαλάρωσης και ευεξίας, δυο αίθουσες για κοινωνικές εκδηλώσεις, τρεις αίθουσες για συνέδρια, επαγγελματικές συναντήσεις και σεμινάρια, δυο εστιατόρια και δυο μπαρ.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Η επιχείρηση το 2004 ανακαινίστηκε κατόπιν δανειακής στήριξης. Ενόψει αυξημένης τουριστικής κίνησης το ξενοδοχείο εμφάνισε αυξημένα κέρδη σε σχέση με τα μεταγενέστερα έτη. Τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης το 2005 και το 2006 αυξήθηκαν. Η χρηματοδότηση που πάρθηκε επέφερε αυξημένες υποχρεώσεις για το 2005. Με αποτέλεσμα να μειωθούν και τα κέρδη της επιχείρησης. Το 2007 ήταν ένα έτος με αρκετά χρηματοοικονομικά έξοδα, για αυτό και είχε πτώση η εταιρία στα κέρδη της. Το 2008, αν και είχε λιγότερες πωλήσεις από το 2007, τα κέρδη της αυξήθηκαν. Το μέγεθος της για την κάθε πενταετία παρουσιάζεται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 11: Pentelikon Hotel

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	9.833.026,11	8.324.319,16	10.247.895,36	12.533.246,96	11.040.819,64
Κέρδη / Ζημιές	252.137,79	71.233,22	39.108,93	29.496,50	39.975,59
Σύν. Ενεργητικού	29.433.922,88	33.256.217,02	35.055.548,96	33.579.854,00	34.230.425,57

4.12 Royal Olympic Hotel

Η ξενοδοχειακή μονάδα Royal Olympic Hotel ανήκει στην εταιρία ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε. και είναι μέλος της αλυσίδας πολυτελών ξενοδοχείων Great Hotels of the World. Η επιχείρηση ενισχύθηκε για τον εκσυγχρονισμό της στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ψηφιακή Σύγκλιση» με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μετά την πλήρη ανακαίνισή που ολοκληρώθηκε το 2009, το Royal Olympic Hotel μετατράπηκε σε ένα art hotel και συστήνεται από την Trip Advisor με

Certificate of Excellence. Η δραστηριότητα του εκτείνεται στην παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, εστίασης, διοργάνωσης συνεδρίων, σεμιναρίων και γαμήλιων δεξιώσεων. Βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας μπροστά από τους Στύλους του Ολυμπίου Διός και τον Εθνικό Κήπο και το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολεί φτάνει τα 158 άτομα.

Το Royal Olympic Hotel Διαθέτει 265 δωμάτια που διακρίνονται σε πέντε τύπους δωματίων, συμπεριλαμβανόμενα και τα δωμάτια για μη καπνίζοντες. Όλα τα κλιματιζόμενα δωμάτια στο Royal Olympic Hotel διαθέτουν ηχομόνωση, επιφάνεια εργασίας, προϊόντα περιποίησης, μπουρνούζια, δορυφορική και καλωδιακή τηλεόραση και ραδιόφωνο. Το ξενοδοχείο ωστόσο παρέχει ανελκυστήρα, θυρίδα ασφαλείας θέρμανση, επιχειρηματικό κέντρο, δεκαοχτώ αίθουσες με εγκαταστάσεις για συνέδρια, σεμινάρια και δεξιώσεις, γραμματειακή υποστήριξη, ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο, γυμναστήριο, κέντρο ευεξίας, πισίνα, βιβλιοθήκη, εστιατόριο, μπαρ, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν, εφημερίδες, κήπος, χώρος αποθήκευσης αποσκευών, κλιματισμός, χώρος καπνιστών, υπηρεσία δωματίου, πλύσιμο ρούχων, στεγνωκαθαριστήριο, υπηρεσία σιδερώματος, νυφική σουίτα, συνάλλαγμα, αναμνηστικά και κατάστημα δώρων, κοσμηματοπωλείο, ενοικίαση ποδηλάτων, γυάλισμα παπουτσιών, θυρωρείο, μεταφορά, ιδιωτικό χώρο στάθμευσης.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Η επιχείρηση μετά το 2004 αύξησε σταδιακά τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία. Ωστόσο οι πωλήσεις της ήταν κυμαινόμενες και όσον αφορά τα έτη 2005 και 2006 ήταν μειωμένες. Πιο αναλυτικά οι αγορές που πραγματοποιήθηκαν το 2004 επέφεραν φόρους μεγάλης ακίνητης περιουσίας που μεταφέρθηκαν μέσα στο 2005, το οποίο παρουσιάζει σημαντικές ζημιές. Επιπλέον το 2005 η επιχείρηση ανακαινίστηκε ολοσχερώς και υπολειπορούσε από την έναρξη της χρήσης και για όλη την χρήση. Ωστόσο, μέσα στο 2005 κατατέθηκαν πρόσθετοι φόροι στις φορολογικές αρχές για την προηγούμενη χρονιά. Το 2006 η εταιρία συνέχισε να υπολειπορούγει και επιπλέον προσέφερε ποσοστό στη νεοσυσταθείσα εταιρία ΟΛΥΜΠΙΚ ΠΑΛΛΑΣ Α.Ε. με αποτέλεσμα να εμφανίσει για άλλη μια χρονιά ζημιές. Η εταιρία το 2007 και το 2008 δεν ελέγχθηκε από φορολογική αρχή. Τέλος, τα χρηματοοικονομικά έξοδα του 2008 ήταν περισσότερα από τις πωλήσεις με αποτέλεσμα να εμφανίσει ζημιές. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται με το μέγεθος της οικονομικής μονάδας.

Πίνακας 12: Royal Olympic Hotel

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	9.359.802,90	5.348.126,20	5.893.273,19	7.667.730,05	8.175.951,68
Κέρδη / Ζημιές	587.492,29	-1.432.882,22	-2.078.183,31	569.708,81	-590.742,08
Σύν. Ενεργητικού	24.772.234,14	34.641.482,61	41.615.256,13	53.365.040,46	64.448.653,40

4.13 Semiramis

Το ξενοδοχείο Semiramis ανήκει στην εταιρία YES HOTELS A.E. και είναι μέλος των Design Hotels. Μπήκε στο hot list του Traveler το 2005 και βραβεύτηκε το 2009 και το 2010. Η επιχείρηση ενισχύθηκε για τον εκσυγχρονισμό της στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ψηφιακή Σύγκλιση» με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το Semiramis δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, εστίασης, χαλάρωσης και ευεξίας και διοργάνωσης συνεδρίων και σεμιναρίων. Βρίσκεται στα βόρεια προάστια στην Κηφισιά και απασχολεί 126 άτομα στο ανθρώπινο δυναμικό.

Το ξενοδοχείο, συνδυάζοντας την φιλοξενία και την τέχνη, διαθέτει έργα απ' τη συλλογή έργων τέχνης του Κου Δάκη Ιωάννου. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν έργα των Jeff Koons, Sue Webster και Tim Noble στους δημόσιους χώρους του ξενοδοχείου.

Το Semiramis διαθέτει σαράντα δύο δωμάτια, πέντε bungalows, τρία στούντιο και μια σουίτα. Ο εξοπλισμός περιλαμβάνει δορυφορική τηλεόραση, μίνι μπαρ και στεγνωτήρα μαλλιών, δυνατότητα επιλογής μαξιλαριών, μαπαλκόνι με πισίνα, ασύρματη πρόσβαση στο διαδίκτυο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή με τηλεφωνητή και ασύρματο τηλέφωνο, μίνι μπαρ, παντόφλες και ρόμπες, πολυτελή είδη υγιεινής, ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο, αυτόνομο κλιματισμό, δορυφορική τηλεόραση με επίπεδη οθόνη, συσκευή αναπαραγωγής πολυμέσων, ηλεκτρονικές κουρτίνες συσκότισης, έργα τέχνης του KARIM RASHID. Ορισμένα δωμάτια διαθέτουν επίσης καθιστικό και μπανιέρα με τζακούζι. Στις παροχές του ξενοδοχείου συγκαταλέγονται δωμάτια μη καπνιστών, μπαρ, εστιατόριο, αίθουσες επαγγελματικών συναντήσεων, γραμματειακή υποστήριξη, εξωτερική πισίνα, εφημερίδα, σύστημα πυρόσβεσης με αισθητήρες καπνού, έκθεση τέχνης, γυμναστήριο, προσωπικός εκπαιδευτής, χαμάμ, υπηρεσίας χαλάρωσης και ευεξίας, υπηρεσία φύλαξης παιδιών, γιατρό, ενοικίαση αυτοκινήτου, χώρο αποθήκευσης συσκευών, παραλαβή από το αεροδρόμιο, ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο, πλυντήριο και στεγνωκαθαριστήριο, εσωτερικό

χώρο στάθμευσης, είκοσι τετράωρη υπηρεσία δωματίου, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν και πολύγλωσσο προσωπικό.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Η οικονομική μονάδα παρουσιάζει άνοδο στις πωλήσεις της μέσα στην πενταετία. Παρόλα αυτά όμως εμφανίζει ζημιές και αυξομειώσεις στο συνολικό ενεργητικό της. Η εταιρία το 2004 μετονομάστηκε από Hotel Plus A.E. Ξενοδοχειακών και Τουριστικών Επιχειρήσεων σε YES A.E. Το κόστος πωληθέντων ωστόσο ξεπέρασε τις πωλήσεις με αποτέλεσμα η εταιρία να εμφανίσει ζημιές. Η εταιρία το 2005 έχοντας αυξημένα έκτακτα έξοδα και σε συνδυασμό με την πληρωμή τόκων για μακροχρόνια δάνεια είχε σαν αποτέλεσμα να παρουσιάσει για άλλη μια χρονιά ζημιές. Η καινούργια αναπροσαρμογή της αξίας των παγίων για το έτος 2008 συμψηφίστηκε με ζημιές προηγούμενων ετών που επιβάρυναν την ίδια τη χρήση. Το μέγεθος της εταιρικής μονάδας συνοψίζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 13: Semiramis

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	1.945.398,61	3.739.168,38	5.560.011,52	6.840.022,00	7.031.275,75
Κέρδη / Ζημιές	-3.777.644,62	-5.783.707,57	-5.861.486,66	-2.892.249,49	-3.152.268,78
Σύν. Ενεργητικού	27.967.323,01	27.007.626,57	24.294.123,19	53.365.040,46	28.754.184,25

4.14 Sofitel Athens Airport

Το ξενοδοχείο, μέλος της παγκόσμιας ξενοδοχειακής αλυσίδας Sofitel Luxury Hotels, ανήκει στην ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε. Η αλυσίδα SOFITEL μέλος του ομίλου ACCOR έχει παρουσία σε 40 χώρες με 130 ξενοδοχεία. Επιπροσθέτως το Sofitel είναι μέλος του Ελληνικού Ινστιτούτου Εξυπηρέτησης Πελατών.

Το ξενοδοχείο 5 αστέρων, Sofitel Athens Airport, άνοιξε στην Αθήνα στις 12 Νοεμβρίου 2001. Η ξενοδοχειακή μονάδα έχει βραβευτεί από την Trip Advisor και προτείνεται με Certificate of Excellence. Επιπλέον βραβεύτηκε ως «η ομάδα της χρονιάς: εξυπηρέτηση πελατών» από τα Εθνικά Βραβεία Εξυπηρέτησης Πελατών.

Αντικείμενο δραστηριότητας της μονάδας είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, χαλάρωσης και ευεξίας, διοργάνωσης συνεδρίων και δεξιώσεων. Βρίσκεται δίπλα στον αερολιμένα Ελευθέριος Βενιζέλος και απασχολεί 345 άτομα στο ανθρώπινο δυναμικό του.

Το Sofitel Athens Airport διαθέτει 345 δωμάτια, συμπεριλαμβανομένων δώδεκα σουιτών και μίας προεδρικής. Τα δωμάτια διαθέτουν κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, μίνι μπαρ, διαδραστικό σύστημα τηλεόρασης, ραδιόφωνο, υψηλής ταχύτητας θύρα σύνδεσης υπολογιστή, είκοσι τετράωρη υπηρεσία δωματίου, μπανιέρα, στεγνωτήρα μαλλιών, γυναικεία καλλυντικά και μεγεθυντικό καθρέφτη, ραδιόφωνο, ντουζιέρα, τηλέφωνο στο μπάνιο. Το ξενοδοχείο παρέχει ασύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο, πληροφορίες πτήσεων, υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτου, αχθοφόροι, μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων, ρεσεψιόν, στεγνοκαθαριστήριο, μηχανήματα καθαρισμού παπουτσιών, γραφείο πληροφοριών, ανταλλαγή συναλλάγματος, υπηρεσία φύλαξη παιδιών κατόπιν ζήτησης, χώρο εκθέσεων έργων τέχνης, σαλόνι ομορφιάς και αισθητικής, κομμωτήριο, χώρο στάθμευσης λεωφορείων, ιδιωτικό εσωτερικό χώρο στάθμευσης, ιδιωτικό εξωτερικό χώρος στάθμευσης, εγκαταστάσεις για άτομα με ειδικές ανάγκες, είκοσι τέσσερις ώρες προσωπικό ασφαλείας, έντεκα συνεδριακούς χώρους, VIP χώρο συνεδριάσεων, χώρο γαμήλιων δεξιώσεων, επιχειρηματικό κέντρο, μεταφραστή, φωτοτυπίες – εκτυπώσεις, φαξ, ενοικίαση φορητού τηλεφώνου, γραμματειακή υποστήριξη, γυμναστήριο, εσωτερική θερμαινόμενη πισίνα, μασάζ, σάουνα, δύο μπαρ και δύο εστιατόρια.

Τα οικονομικά στοιχεία της εταιρίας καταδεικνύονται μέσω των οικονομικών της καταστάσεων για τα έτη 2004-2008. Βάσει αυτών και του πορίσματος από τον έλεγχο των ορκωτών ελεγκτών, η εταιρία επιβαρύνεται στις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της με κοινοπρακτικό δάνειο, του οποίου οι όροι επαναπροσδιορίστηκαν τέλος του 2007 με αρχές του 2008, προκειμένου να επισφραγιστεί η δυνατότητα αποπληρωμής των δανειακών υποχρεώσεων της. Τα περιουσιακά της στοιχεία μειώνονται ανά έτος για την πενταετία 2004-2008 που μελετάται, καθώς αποσβένονται και η εταιρία δεν έχει προβεί σε ανακαίνιση. Το 2005 αν και οι πωλήσεις της εταιρίας ήταν λιγότερες οι ζημιές ήταν περισσότερες, καθώς η χρήση επιβαρύνθηκε και με ζημιές προηγούμενων ετών. Το 2006 η εταιρία είχε αύξηση στις πωλήσεις υπηρεσιών αλλά επιβαρύνθηκε ωστόσο με επιπρόσθετα έξοδα διοίκησης και προβλέψεις για έκτακτους κινδύνους. Το 2007 είχε αυξημένες πωλήσεις υπηρεσιών με λιγότερα κόστη πωλήσεων και διοικητικά έξοδα, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να εμφανίσει κέρδη. Επιπλέον, η μείωση των δανειακών υποχρεώσεων είχε θετικό αντίκτυπο και στο 2008, όπου παρουσίασε περισσότερα

κέρδη. Τα μεγέθη της μονάδας για την πενταετία παρουσιάζονται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 14: Sofitel

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	16.471.576,74	14.850.696,36	15.864.615,68	17.701.599,03	18.272.293,53
Κέρδη / Ζημιές	-128.644,88	-1.057.676,90	-776.194,14	967.693,38	2.584.796,30
Σύν. Ενεργητικού	34.724.927,60	31.203.057,14	29.468.894,08	29.679.506,65	26.671.969,46

4.15 St George Lycabettus

Το ξενοδοχείο St George Lycabettus ανήκει στην εταιρία ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α.Ε. Το ξενοδοχείο έχει βραβευτεί με τα βραβεία Μορφέας μέσα στα καλύτερα ξενοδοχεία και επιπλέον προτείνεται από την Trip Advisor. Η επιχείρηση ενισχύθηκε για τον εκσυγχρονισμό της στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ψηφιακή Σύγκλιση» με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το κύριο αντικείμενο δραστηριότητας της μονάδας είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, επισιτισμού, χαλάρωσης και ευεξίας, διοργάνωσης συνεδρίων και εκδηλώσεων. Βρίσκεται στο κοντά στο κέντρο της πόλης στο Κολωνάκι και απασχολεί στο ανθρώπινο δυναμικό του 130 άτομα.

Το ξενοδοχείο συστεγάζει σε έξι τύπους δωματίων τα 153 δωμάτια του. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν CNN και δορυφορική τηλεόραση, ταινίες, πρόσβαση στο διαδίκτυο, κλιματισμό, mini-bar, σεσουάρ, χρηματοκιβώτιο. Στις υπηρεσίες του ξενοδοχείου περιλαμβάνονται γκαλερί τέχνης, εστιατόριο, μπαρ, είκοσι τετράωρη ρεσεψιόν, εφημερίδες, δωμάτια για μη καπνίζοντες, δωμάτια και εγκαταστάσεις για Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες, ανελκυστήρας, θυρίδα ασφαλείας, χώρος αποθήκευσης αποσκευών, καταστήματα στο ξενοδοχείο, κλιματισμός, σνακ μπαρ, σάουνα, γυμναστήριο, κέντρο ευεξίας και σπα, μασάζ, υδρομασάζ, ατμόλουτρο, εξωτερική πισίνα, ιδιωτικό χώρο στάθμευσης, υπηρεσία δωματίου, εγκαταστάσεις συνεδριάσεων και επίσημων γευμάτων, επιχειρηματικό κέντρο, φύλαξη παιδιών, πλύσιμο ρούχων, στεγνωκαθαριστήριο, κομμωτήριο και σαλόνι ομορφιάς, πρωινό στο δωμάτιο, υπηρεσία σιδερώματος, συναλλάγματος, ενοικίαση αυτοκινήτου, οργάνωση εκδρομών, φαξ και φωτοτυπικό, υπηρεσία αγοράς εισιτηρίων.

Η επιχείρηση μελετήθηκε για την πενταετία 2004-2008 και από τις οικονομικές καταστάσεις προέκυψαν τα εξής: Το St George Lycabettus διατήρησε μια σχετική

σταθερότητα στις πωλήσεις του μέσα στην αναλυθείσα πενταετία. Το 2004 η εταιρία παρότι είχε επιβαρυνθεί με έξοδα προηγούμενης χρήσης και διάφορες άλλες έκτακτες ζημιές παρουσίασε κέρδη. Σε αυτό συνέβαλε σίγουρα και η αυξημένη τουριστική κίνηση λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων. Το 2005 η εταιρία παρουσίασε μειωμένη κινητικότητα με αποτέλεσμα εμφάνισης ζημιών. Όσον αφορά στο 2006 τα έσοδα ήταν περισσότερα από τα διάφορα έξοδα που επιβάρυναν τη χρήση για αυτό και είχε κέρδη. Μέσα στο 2006 έγιναν κάποιες μικροαγορές πάγιων στοιχείων που αύξησαν το σύνολο του ενεργητικού. Το 2007 προέκυψαν διάφορα έκτακτα έξοδα με αποτέλεσμα να έχει μείωση στα κέρδη της. Το 2008 τα διοικητικά έξοδα ήταν αυξημένα. Ωστόσο πληρώθηκαν πρόσθετοι φόροι στις φορολογικές αρχές για τα έτη 2006 και 2007 που δεν είχαν ελεγχτεί, με αποτέλεσμα να εμφανίσει ζημιές.

Πίνακας 15: St George Lycabettus

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	9.057.694,05	8.346.717,43	8.555.636,81	8.874.254,63	8.802.172,90
Κέρδη / Ζημιές	545.880,41	-72.612,07	584.613,69	344.985,13	-214.801,21
Σύν. Ενεργητικού	4.941.119,62	4.711.692,48	5.335.729,36	5.305.702,53	6.173.405,92

4.16 The Margi

Το ξενοδοχείο The Margi έχει εταιρική επωνυμία The Margi A.E. και είναι μέλος της αλυσίδας The Small Luxury Hotels of the World. Η επιχείρηση ενισχύθηκε για τον εκσυγχρονισμό της στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Ψηφιακή Σύγκλιση" με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ως αντικείμενο δραστηριότητας της The Margi A.E. είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, εστίασης, διοργάνωσης συνεδρίων και γαμήλιων δεξιώσεων. Βρίσκεται στη Βουλιαγμένη και το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολεί ανέρχεται στα 167 άτομα.

Το ξενοδοχείο διαθέτει 81 δωμάτια και 8 σουίτες, τα οποία παρέχουν ιδιωτικές βεράντες με θέα, ηχομόνωση, πουπουλένια παπλώματα και σεντόνια, χώρο εργασίας με γραφείο, ασύρματο τηλέφωνο, ασύρματη και ενσύρματη σύνδεση στο διαδίκτυο, in-room ψυχαγωγία, τηλεόραση με επίπεδη οθόνη, συσκευή αναπαραγωγής πολυμέσων, φυσικά προϊόντα Korres, μεγεθυντικό καθρέπτη μακιγιάζ, πιστολάκι μαλλιών, ιδιωτικό bar, χρηματοκιβώτιο, κλιματισμό, σίδερο και σιδερώστρα, fax,

laptop και υπολογιστής και χάρτη για τρέξιμο. Στις παροχές του ξενοδοχείου συμπεριλαμβάνονται δωμάτια για Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες, ανελκυστήρας, δυο εστιατόρια, δυο μπαρ, γρήγορο check in και check out, θυρίδα ασφαλείας, θέρμανση, χώρο αποθήκευσης αποσκευών, εγκαταστάσεις συνεδριάσεων και επίσημων γευμάτων, επιχειρηματικό κέντρο, φύλαξη βρεφών-παιδιών, πλύσιμο ρούχων, στεγνοκαθαριστήριο, υπηρεσία σιδερώματος, VIP Παροχές δωματίου, πρωινό στο δωμάτιο, μεσημεριανό γεύμα σε πακέτο, φαξ και φωτοτυπικό, δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων, δυνατότητα κρατήσεων σε εστιατόρια και νυχτερινά κέντρα, δυνατότητα διοργάνωσης κρουαζιέρας με γιοτ, εφημερίδα, προσωπικούς γυμναστές, μασάζ, υπηρεσίες ομορφιάς, μαθήματα γιόγκα και πιλάτες, home cinema και συλλογή DVD, πισίνα και γυμναστήριο.

Σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις της εταιρίας για την αναλυθείσα πενταετία 2004-2008, αυτή συγχωνεύτηκε με απορρόφησης της εταιρίας ΜΑΡΙΑ ΣΤΑΥΡΙΔΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε. το 2008 αυξάνοντας το μετοχικό της κεφάλαιο και συνάπτοντας ομολογιακό δάνειο. Ωστόσο τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία αναπροσαρμόστηκαν. Επιπλέον εξαιτίας έκτακτων ζημιών από τη συγχώνευση η εταιρία παρουσίασε ζημιές στο κλείσιμο του 2008. Η εταιρία παρουσίασε μειωμένα κέρδη για το 2005 και 2006 εξαιτίας του μεγάλου κόστους των πωληθέντων υπηρεσιών. Το 2007 η εταιρία είχε μειωμένα διοικητικά έξοδα με αποτέλεσμα να έχει αύξηση κερδών. Μια συνοπτική εικόνα της οικονομικής κατάστασης της εταιρίας για την πενταετία 2004-2008 παρατίθεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 16: The Margi

	2004	2005	2006	2007	2008
Κύκλος Εργασιών	4.601.146,16	4.084.451,23	4.117.476,79	4.699.543,07	5.190.687,19
Κέρδη / Ζημιές	412.433,46	288.278,01	222.341,18	441.591,17	-4.644.129,88
Σύν. Ενεργητικού	4.200.151,50	4.207.829,70	3.726.628,29	4.200.265,15	6.164.244,98

Στον κλάδο πάντως επικρατεί έντονη συγκέντρωση δυνάμεων. Ενδεικτικό είναι το παρακάτω γεγονός: οι εκατό μεγαλύτερες (βάσει τζίρου) ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διαχειρίστηκαν περίπου το 50% του συνολικού τζίρου. Σε ότι αφορά την εξέλιξη των υποχρεώσεων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αξίζει να σημειωθεί ότι αυτές αυξήθηκαν κατά 10,2% από το 2004 έως το 2008.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται η απεικόνιση των αποτελεσμάτων κατόπιν μετρήσεων στα είδη των αριθμοδεικτών που χρησιμοποιήθηκαν για τις ανάγκες της έρευνας. Οι αριθμοδείκτες πιο συγκεκριμένα απεικονίζουν τα οικονομικά αποτελέσματα του ξενοδοχειακού κλάδου για την πενταετία 2004-2008.

5.1 ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Η ρευστότητα επηρεάζει άμεσα τα κέρδη της επιχείρησης γιατί αν δεν μπορούν τα κυκλοφορούντα στοιχεία της να μετατραπούν άμεσα σε μετρητά ή αν δεν υπάρχουν επαρκή διαθέσιμα ρευστά, η επιχείρηση δε μπορεί να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της. Οι δυο πιο εύχρηστοι δείκτες για την μέτρηση της ρευστότητας είναι της άμεσης και της γενικής. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 1

5.1.1 Δείκτης άμεσης ρευστότητας

Ο δείκτης άμεσης αποτελεί το πιο συνηθισμένο μέσο μέτρησης της βραχυπρόθεσμης φερεγγυότητας της επιχείρησης. Δείχνει ουσιαστικά κατά πόσο μπορεί η επιχείρηση να εξοφλήσει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, με το ήδη υπάρχον ρευστοποιημένο ενεργητικό. Όσο πιο μεγάλος από τη μονάδα είναι αυτός ο δείκτης, τόσο το καλύτερο για την ίδια την επιχείρηση.

5.1.2 Δείκτης γενικής ρευστότητας

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας, παρουσιάζει την θέση της οικονομικής μονάδας καθώς και τα περιθώρια ασφάλειας της επιχείρησης σε μια ανεπιθύμητη ροή του κεφαλαίου κίνησης της. Ένας μεγάλος δείκτης φανερώνει μια ευνοϊκή κατάσταση για την επιχείρηση.

Όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, η κλαδική ρευστότητα για τα έτη 2004-2008 αν και είναι λίγο πιο κάτω από την μονάδα, έχει ανοδική τάση. Κάτι τέτοιο είναι αρνητικό μεν, καθότι δείχνει ότι οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται στην αποπληρωμή των υποχρεώσεών τους, και θετικό δε καθώς έχει ανοδική πορεία. Αυτό αυτομάτως σηματοδοτεί την βελτίωση της δυνατότητας των επιχειρήσεων να ρευστοποιήσουν τα κυκλοφορούντα στοιχεία τους.

Διάγραμμα 5: Δείκτης γενικής και άμεσης ρευστότητας



Ωστόσο, άλλο ένα έκδοχο που οδηγεί στην αύξηση των δεικτών ρευστότητας θα μπορούσε να είναι η ελαχιστοποίηση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων ανά τις διάφορες μονάδες. Επομένως, παρά όλες τις αυξήσεις και τις μειώσεις που παρατηρήθηκαν στο κυκλοφορούν ενεργητικό και στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις αντίστοιχα, η εικόνα του κλάδου μέσα στην πενταετία 2004-2008 ήταν ευεργετική ως προς την φερεγγυότητα των ξενοδοχειακών μονάδων.

5.2 ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Ενώ οι δείκτες ρευστότητας χρησιμοποιούνται για να δείξουν την ικανότητα της επιχείρησης να ανταπεξέλθει στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της, ενώ οι δείκτες βιωσιμότητας δείχνουν τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η κεφαλαιακή δομή σε μακροχρόνιο ορίζοντα. Για αυτό το λόγο μια επιχείρηση για να μπορεί να καλύψει τις μακροχρόνιες υποχρεώσεις της μελετά τη δομή της και σε ξένα και σε ίδια κεφάλαια, καθώς και τα περιουσιακά της στοιχεία. Η χρησιμοποίησή τους όμως αποτελεί χρήσιμο εργαλείο και για τους πιστωτές όσον αφορά την εκτίμηση του βαθμού προστασίας τους. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 2

5.2.1 Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο ενεργητικού

Ο δείκτης αυτός δείχνει την σχέση των κυκλοφορούντων στοιχείων του ενεργητικού με το σύνολο των υποχρεώσεων. Ο δείκτης αυτός είναι μια ένδειξη της μακροχρόνιας ρευστότητας της επιχείρησης. Τιμές μεγαλύτερες της μονάδας

σημαίνουν ότι τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία υπερκαλύπτουν το σύνολο των υποχρεώσεων της επιχείρησης. Σε κλαδικά επίπεδα όμως πιθανόν και να είναι κάτω της μονάδας.

Διάγραμμα 6: Δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων



Όπως αποδεικνύεται στο παραπάνω διάγραμμα, αν και όλες οι τιμές είναι κάτω της μονάδας παρατηρείται αυξητική τάση από το 2004 μέχρι και το 2007. Ίσως αυτό να είναι αποτέλεσμα της υψηλής τιμολογιακής πολιτικής που ακολούθησε ο κλάδος. Από το 2007 έως το 2008 παρατηρείται καθοδική πορεία για τον δείκτη. Τέτοιου είδους προβλήματα θα μπορούσαν να προέλθουν από κακή διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης. Ωστόσο με την εμφάνιση χρηματοδοτικών ενισχύσεων είναι πολύ πιθανή η είσοδος σε μια εποχή αναβάθμισης των υπηρεσιών του κλάδου. Αυτομάτως αυτό αποσκοπεί σε καλύτερες μακροπρόθεσμες προοπτικές για τις ξενοδοχειακές μονάδες, προκειμένου αυτές να μπορούν να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις τους.

5.2.2 Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης

Με αυτό τον δείκτη μπορεί κάποιος να καταλάβει πόσα από τα κεφάλαια μιας επιχείρησης είναι ξένα. Ο δείκτης αυτός δείχνει την σχέση των δανείων προς το σύνολο των κεφαλαίων κάθε μορφής που χρησιμοποιούνται με οποιονδήποτε τρόπο από την επιχείρηση.

Οι τιμές που συνήθως παίρνει στα πλαίσια του κλάδου είναι κάτω της μονάδας.

Διάγραμμα 7: Δείκτης δανειακής επιβάρυνσης



Όπως παρατηρείται στο παραπάνω διάγραμμα ο δείκτης παρουσιάζει μια πολύ ελαφριά πτώση μέχρι το 2006 και αργότερα αυξάνεται. Αυτό παραπέμπει στο ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις ίσως να δανείστηκαν ξένα κεφάλαια είτε για επενδυτικούς σκοπούς είτε για την κάλυψη υποχρεώσεων τους. Μια άλλη επεξήγηση που θα μπορούσε να δοθεί είναι ότι ίσως οι μέσο-μακροπρόθεσμες απαιτήσεις τους δε μπορούσαν να καλυφθούν πλήρως από τα ήδη υπάρχοντα κεφάλαια των μονάδων.

Συμπερασματικά όμως η εικόνα για τις τιμές του κλάδου είναι φυσιολογικές αν λάβουμε υπόψη την ποιότητα υπηρεσιών που παρέχονται αυτές τις μονάδες.

5.2.3 Δείκτης υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για εκτίμηση της κεφαλαικής μόχλευσης από τους πιστωτές μιας οικονομικής μονάδας, αλλά και από την ίδια την διοίκηση. Αποτελεί σχέση υποχρεώσεων και κεφαλαίων. Συνήθως είναι πάνω από τη μονάδα ή ίσος με αυτήν. Όσο πιο μεγάλος είναι τόσο πιο μεγάλο είναι το ποσοστό των ξένων κεφαλαίων, είτε των υποχρεώσεων της επιχείρησης.

Η διαμόρφωση του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος, η πορεία του πληθωρισμού και της οικονομικής δραστηριότητας στη ζώνη του ευρώ στην Ελλάδα κατά το 2004 επιτάχυναν σημαντικά το ρυθμό ανόδου της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας. Σε αυτό συνέβαλε σίγουρα η διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων καθώς και η αύξηση της τιμής του πετρελαίου. Επομένως, όπως

παρατηρείται στο παρακάτω διάγραμμα είναι λογικό ο δείκτης να πέφτει από το 2004 έως το 2005.

Διάγραμμα 8: Δείκτης υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης



Για το 2005 ο ρυθμός ανόδου του ΑΕΠ υποχώρησε, με αποτέλεσμα την ανοδική τάση κατά 1,25. Οι τιμές του πετρελαίου παρέμειναν αρκετά υψηλές για το επόμενο έτος. Παράλληλα οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών πίεζαν προς τα πάνω με αποτέλεσμα να επηρεαστεί και η κεφαλαιακή διάρθρωση των οικονομικών μονάδων. Στοιχεία αβεβαιότητας, όπως η διαμόρφωση των δημοσιονομικών ελλειμμάτων, η εξέλιξη της τιμής του πετρελαίου επηρεάζουν και τις ιδιωτικές επενδυτικές αποφάσεις, οι οποίες φαίνεται να επέφεραν θετικά αποτελέσματα για το 2008. Ο δείκτης από το 2007 μέχρι το 2008 είχε πτωτική τάση γεγονός που επιβεβαιώνει και η μείωση των τιμών καταναλωτή.

5.2.4 Δείκτης σχέσεως κεφαλαίου

Αυτός ο δείκτης χρησιμοποιείται για να δείξει τη σχέση κεφαλαίων προς τα ίδια τα κεφάλαια που διατίθενται από μια μονάδα. Ο δείκτης λέγεται και αυτονομίας εφόσον χρησιμοποιείται και από πιστωτές αλλά και την ίδια την διοίκηση για την εκτίμηση της αυτονομίας της επιχείρησης ως προς τα δανειακά κεφάλαια. Μπορεί να πάρει τιμές και πάνω από τη μονάδα και κάτω αλλά και να είναι και ίσος ακόμη με τη μονάδα. Ένας υψηλός δείκτης είναι καλός για την ρευστότητα της επιχείρησης εφόσον δε θα χρειαστεί μελλοντικά να πιεστεί για ταμειακές εκροές από τα ξένα κεφάλαια.

Όπως παρατηρείται από το παρακάτω διάγραμμα για μια συνεχή τριετία ο δείκτης μένει στάσιμος στην τιμή 0,45, που αποδεικνύει ότι κλαδικά δεν έγιναν αλλαγές όσον αφορά τα κεφάλαια των οικονομικών μονάδων του κλάδου. Το 2004 ο δείκτης είναι πιο χαμηλός. Γεγονός που αποδεικνύεται και από άλλους δείκτες βιωσιμότητας καθότι τη χρονιά εκείνη οι ξενοδοχειακές μονάδες παρενέβησαν σε δανειακές λύσεις λόγω Ολυμπιακών αγώνων.

Διάγραμμα 9: Δείκτης σχέσεως κεφαλαίων



Το 2008 παρατηρείται μια πτώση του ύψους 0,07. Η πτώση αυτή ίσως να οφείλεται στην ένταξη πολλών επιχειρήσεων σε προγράμματα επιδοτήσεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση, που είχε σαν αποτέλεσμα την μείωση των ιδίων τους κεφαλαίων.

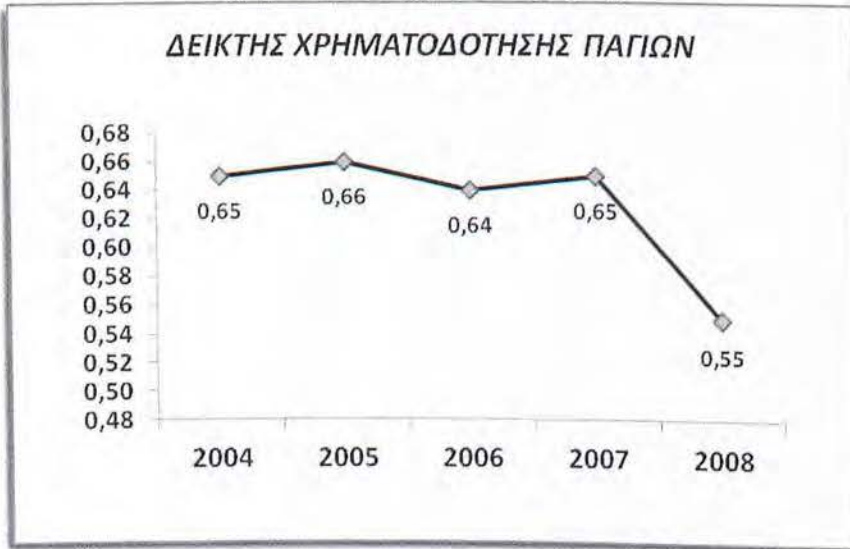
5.2.5 Δείκτης χρηματοδότησης πάγιων

Ο δείκτης αυτός χρησιμοποιείται για την εύρεση του τρόπου χρηματοδότησης της επιχείρησης όσον αφορά στα πάγια περιουσιακά της στοιχεία. Όταν τα ίδια κεφάλαια είναι μεγαλύτερα από το σύνολο των επενδύσεων σε πάγια, τότε ένα μέρος των κεφαλαίων κίνησης προέρχεται από τους μετόχους της. Στην αντίθετη περίπτωση έχουν χρησιμοποιηθεί ξένα, δηλαδή η μονάδα έχει δανειστεί.

Παρατηρώντας την διαχρονική ανάλυση μπορεί να φανεί η πολιτική της εταιρίας ως προς τον τρόπο χρηματοδότησης των πάγιων στοιχείων της. Με βάση το παρακάτω διάγραμμα διαπιστώνεται ότι από το 2004 μέχρι το 2007 οι διακυμάνσεις του δείκτη είναι πολύ μικρές, ενώ από το 2007 μέχρι το 2008 υπάρχει μεγάλη πτώση του δείκτη.

Οι μικρές ανοδικές τάσεις υποδηλώνουν πιθανές επεκτάσεις σε κεφαλαιακό εξοπλισμό. Η πτωτική τάση του δείκτη το έτος 2008 θα μπορούσε να είναι πιθανή εμφάνιση έκτακτων ζημιών, πώληση παγίων, παρακράτηση κερδών είτε μείωση κεφαλαίων.

Διάγραμμα 10: Δείκτης χρηματοδότησης παγίων

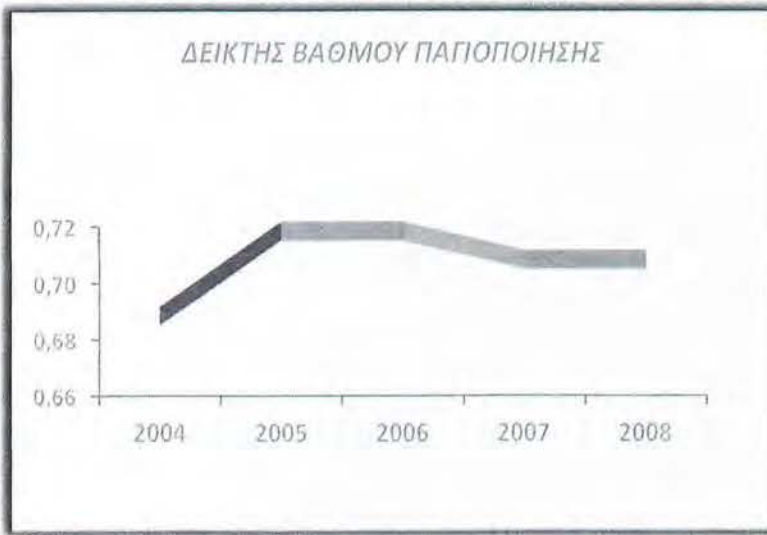


5.2.6 Δείκτης βαθμού παγιοποίησης

Αυτός ο δείκτης εξετάζει τον βαθμό που επενδύονται τα κεφάλαια σε πάγια με βάση τα περιουσιακά στοιχεία που διαθέτει η επιχείρηση σε βραχυπρόθεσμη βάση. Ελέγχεται και αξιολογείται σε σχέση με το επίπεδο παγιοποίησης των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Αν ο δείκτης αυτός εμφανίζεται σε τιμές άνω της μονάδας τότε η μονάδα έχει υπερδανειστεί. Σε κλαδική ανάλυση είναι πιθανό να έχει τιμές κάτω της μονάδας, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι μονάδες δεν χρησιμοποιούν τόσο τα πάγια τους. Θα μπορούσε να προσθέσει κάποιος ότι δεν γίνεται ανακύκλωση στα πάγια ή ότι πραγματοποιούνται πολλές αποσβέσεις. Ωστόσο, η αύξηση του δείκτη από το 2004 έως το 2005 σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα δείχνει επένδυση σε πάγια το οποίο εντυχώς δεν δημιούργησε πρόβλημα στην ρευστότητα, όπως διαπιστώθηκε με τους δείκτες ρευστότητας.

Διάγραμμα 11: Δείκτης βαθμού παγιοποίησης



Η διαχρονική ανάλυση του κλάδου πάντως δείχνει ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες συντηρούνται με τον ίδιο πάγιο εξοπλισμό την τελευταία τετραετία. Το μοναδικό πρόβλημα για την αποδοτικότητα του κλάδου είναι οι αποσβέσεις που δυστυχώς μπορούν να αποτελέσουν πλήγμα και στην ικανότητα ρευστότητας του κλάδου.

5.2.7 Δείκτης αυτοχρηματοδότησης παγίων

Ο δείκτης αυτός δείχνει τη σχέση αποθεματικών με τα μετοχοποιημένα κεφάλαια. Χρησιμοποιείται από τους πιστωτές για να διαγνωσθεί η πιστοληπτική ικανότητα μιας μονάδας. Επιπροσθέτως με τον δείκτη αυτό μπορεί να εκτιμηθεί η χρηματοδοτική πολιτική καθώς και η ικανότητα της διοίκησης, ως ένα βαθμό, όσον αφορά τις μακροχρόνιες επενδύσεις ή αποεπενδύσεις της επιχείρησης.

Μπορεί να πάρει οποιαδήποτε τιμή γύρω από την μονάδα. Με βάση το παρακάτω διάγραμμα παρατηρείται μια σταδιακή άνοδος του δείκτη από το 2004 έως και το 2008. Η άνοδος αυτή μπορεί να οφείλεται σε παρακράτηση κερδών από αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την αγορά. Μπορεί ωστόσο να είναι και μια πολιτική που ακολουθούν οι μονάδες για να αποφύγουν την αυξημένη φορολογία από τα μερίσματα.

Διάγραμμα 12: Δείκτης αυτοχρηματοδότησης



5.3 ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Οι δείκτες αποδοτικότητας αποσκοπούν στο να δείξουν την αποδοτικότητα της επιχείρησης, την αποδοτικότητα των κερδών της καθώς και την διοικητική ικανότητα της. Για αυτό και οι μετρήσεις αφορούν σχέσεις κερδών και απασχολούμενων κεφαλαίων καθώς και σχέσεις κερδών και πωλήσεων.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

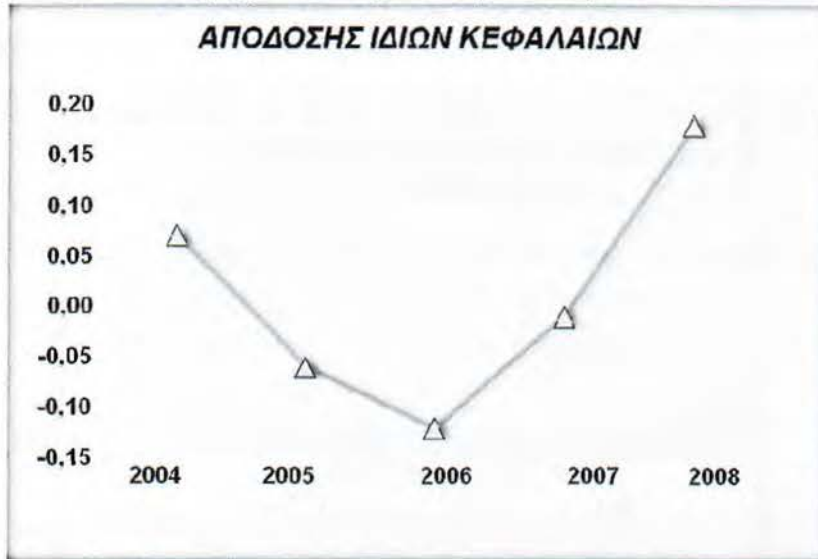
Η μέτρηση της απόδοσης κεφαλαίου έγινε με την χρήση δυο δεικτών. Ο πρώτος της απόδοσης ίδιων κεφαλαίων και ο δεύτερος της απόδοσης του συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 3

5.3.1 Δείκτης απόδοσης ίδιων κεφαλαίων

Ένας σημαντικός δείκτης για να μετρήσει μια επιχείρηση την κερδοφορία της καθώς και το πόσο πέτυχε τους στόχους της είναι ο δείκτης αποδοτικότητας ίδιων κεφαλαίων.

Με αυτό το δείκτη η επιχείρηση μπορεί να παρακολουθήσει την πορεία των κερδών της σε σχέση με τα χρησιμοποιούμενα επενδυτικά της κεφάλαια. Για να έχει υψηλό αριθμό ανάπτυξης, μια μονάδα θα πρέπει να επανεπενδύει τα κεφάλαια της. Όταν ο δείκτης είναι μεγάλος η επιχείρηση είναι λιγότερο ανταγωνιστική, γιατί είναι πιο δύσκολο να εισέλθει στην αγορά, καθότι οι μετοχές της είναι πιο ακριβές.

Διάγραμμα 14: Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων



Με βάση την οικονομετρική κλαδική ανάλυση που έγινε, ο δείκτης δείχνει καθοδική τάση για τα έτη 2004-2006 κι έπειτα για το υπολειπόμενο διάστημα έως το 2008 ανοδική τάση. Οι αρνητικές τιμές υποδεικνύουν πιθανά προβλήματα λειτουργικότητας των μονάδων. Επιπλέον, η χρηματοδοτική διάρθρωση διαμόρφωσε τα χαρακτηριστικά του κλάδου από την κρατική – τραπεζική πολιτική. Γεγονός που σήμανε τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων χωρίς ορίζοντα, λόγω των χρηματοδοτήσεων που παρείχε το κράτος. Ωστόσο όμως οι αφίξεις αυξήθηκαν με αποτέλεσμα ο δείκτης να παρουσιάσει άνοδο καθώς αυξήθηκαν οι διανυκτερεύσεις. Η ανοδική τάση του δείκτη επιβεβαιώνεται και από τις αυξημένες τιμές των δωματίων στην μεταολυμπιακή περίοδο. Στοιχείο που συμφωνεί και με την αύξηση της πληρότητας των ξενοδοχείων μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Επομένως, είναι αναμενόμενη η αύξηση του δείκτη, εφόσον η τιμολογιακή πολιτική ωφέλησε τον κλάδο και ως προς την αύξηση των κερδών και ως προς τα ίδια τα κεφάλαια τους.

5.3.2 Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων

Ο δείκτης αυτός καταδεικνύει την ποσότητα των κεφαλαίων που χρησιμοποιήθηκαν για να επιτευχθούν κέρδη. Η χρησιμότητα του έγκειται στην εκτίμηση διαφόρων κινήσεων της επιχείρησης στην διοίκηση για τους μελλοντικούς σκοπούς της. Η πορεία του δείκτη μαρτυρά την κατάσταση της επιχείρησης στο παρελθόν, καθώς επίσης και τις προοπτικές της στο μέλλον. Αυτός ο δείκτης

συνήθως σε κλαδικό επίπεδο είναι μικρότερος της μονάδας και πιο σπάνια ίσος με την μονάδα.

Διάγραμμα 15: Δείκτης απόδοσης συνόλου επενδεδυμένων κεφαλαίων



Όπως παρατηρείται στο πιο πάνω διάγραμμα για τα έτη 2004-2005 η τάση του κλάδου είναι αρνητική. Στην πορεία μέχρι το 2007 παραμένει σταθερός και μετά το 2007 αρχίζει πάλι να μειώνεται. Οι αρνητικές τιμές μπορούν να μεταφραστούν σε ζημιές, είτε σε μεγάλο ποσό χρηματοοικονομικών εξόδων σε σχέση με τα κεφάλαια των επιχειρήσεων. Εικόνα που μαρτυρά ότι αν και έγιναν προσπάθειες βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών λόγω Ολυμπιακών αγώνων, τα κέρδη μειώθηκαν και τα χρηματοοικονομικά έξοδα αυξήθηκαν. Για τα έτη 2005 και 2006 υπήρξε μια ανάλογη αυξομείωση της κεφαλαιακής δομής των ξενοδοχειακών μονάδων καθώς και των υποχρεώσεων τους. Η αρνητική απόδοση του δείκτη ίσως να είναι αποτέλεσμα του λανθασμένου τρόπου διοίκησης και της απόκλισης των στόχων των εκάστοτε επιχειρήσεων. Ένας ακόμη λόγος της πτωτικής τάσης του δείκτη θα μπορούσε να είναι η δυσαναλογία των κερδών σε σχέση με τα διαθέσιμα κεφάλαια.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

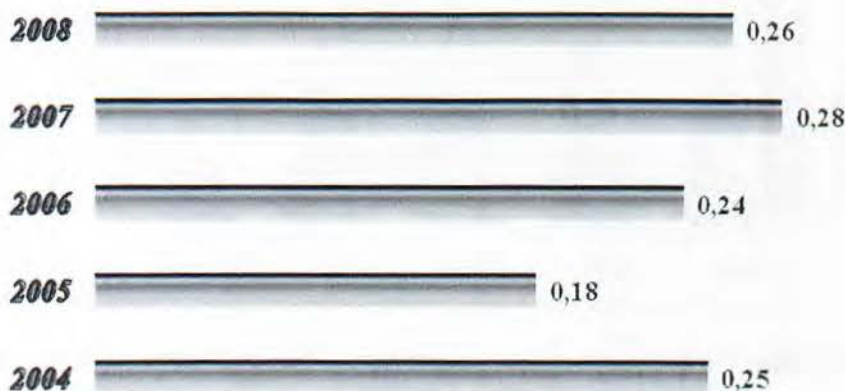
Για την καλύτερη αξιολόγηση της αποδοτικότητας των στοιχείων του ενεργητικού πρέπει να εκτιμηθούν οι καθαρές πωλήσεις σε σχέση με το υπάρχον ενεργητικό. Για αυτό και μαζί με το κεφάλαιο απόδοσης μελετώνται και οι αποδόσεις των στοιχείων του ενεργητικού. ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 4

5.3.3 Δείκτης μικτού κέρδους

Στους δείκτες αποδοτικότητας ανήκει και ο δείκτης μικτού κέρδους που μελετά την λειτουργικότητα της επιχείρησης, καθώς και την τιμολογιακή πολιτική της. Αν αυτός ο δείκτης είναι μεγάλος η επιχείρηση μπορεί να καλύψει τα λειτουργικά της έξοδα αλλά και να επιτύχει μεγαλύτερα κέρδη. Μια τέτοια πολιτική μπορεί να επιτευχθεί με την ελαχιστοποίηση του κόστους των πωληθέντων και της αποτελεσματικής λειτουργικότητας του τμήματος μάρκετινγκ και πωλήσεων.

Διάγραμμα 16: Δείκτης μικτού κέρδους / περιθωρίου

ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ / ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ



Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούνται διάφορες αυξομειώσεις ανά τα έτη. Με μια γενικότερη ματιά παρατηρείται μια πτωτική τάση το 2005 και μετά το 2007. Αυτό μπορεί και να σημαίνει ότι το τμήμα μάρκετινγκ ή πωλήσεων λειτουργούσαν αναποτελεσματικά. Ένας ακόμη λόγος θα μπορούσε να ήταν η αύξηση του κόστους πωληθέντων, η οποία μπορεί και να έγινε ηθελημένα προκειμένου ο κλάδος να βελτιώσει τις πωλήσεις του. Αυτό μπορεί να επιβεβαιωθεί κι από το γεγονός ότι οι ευκαιρίες αύξησης της επιχειρηματικότητας προιμοδοτήθηκαν με την λήψη κοινοτικών επιδοτήσεων, τα λεγόμενα ΕΣΠΑ. Ωστόσο αναπτύχθηκαν νέοι τρόποι δικτύωσης των υπηρεσιών του κλάδου αλλά και βελτιώθηκαν οι πολιτιστικές υποδομές της περιφέρειας.

5.3.4 Δείκτης κόστους πωληθέντων

Ο δείκτης κόστους πωληθέντων μπορεί να επιβεβαιώσει την αυξητική τάση του προηγούμενου δείκτη. Με τον δείκτη κόστους πωληθέντων η επιχείρηση μπορεί να έχει πιο ολοκληρωμένη εικόνα για την αποδοτικότητα των πωλήσεων της.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι λόγω Ολυμπιακών Αγώνων πολλά ξενοδοχεία ανακαίνισαν τους χώρους τους, είτε προχώρησαν σε άλλες ευεργετικές ενέργειες που είχε σαν μελλοντικό αντίκτυπο τη δημιουργία επιπρόσθετων κόστων.

Διάγραμμα 17: Δείκτης κόστους πωληθέντων



Η γενικότερη τάση του δείκτη όμως είναι πτωτική κάτι που σημαίνει περισσότερες αφίξεις για τον τουρισμό είτε μείωση δαπανών για τα ξενοδοχεία του κλάδου. Ωστόσο η μείωση του κόστους μπορεί και να είναι αποτέλεσμα ορθής λειτουργίας της διοίκησης. Τέλος, ένας παράγοντας που πιθανόν να επηρέασε την αποδοτικότητα του κλάδου είναι η μείωση των ξενοδοχείων.

5.3.5 Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων

Η χρησιμότητα αυτού του δείκτη έγκειται στο να καταδείξει το ποσοστό των καθαρών κερδών από τις λειτουργικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης. Δίνει δηλαδή μια εικόνα για τα μελλοντικά κέρδη και την εσωτερική λειτουργία της. Επειδή όμως η ανάλυση γίνεται σε κλαδικό επίπεδο είναι φυσιολογικό ο δείκτης αυτός να παίρνει τιμές κάτω της μονάδας. Οι αρνητικές τιμές όμως μαρτυρούν ζημιές για τον κλάδο για τα έτη 2005 και 2008. Από το 2005-2007 υπήρξε μια τιμολογιακή πολιτική που αύξησε τα έσοδα του κλάδου. Πιο συγκεκριμένα για το 2005 η τιμή του δείκτη διαμορφώθηκε στο -0,05. Μια αύξηση του ποσοστού 20% αναδιαμόρφωσε αυτή την τιμή το 2006 στο -0,01. Το 2007 ήταν έτος αρκετά προσοδοφόρο για τον κλάδο του τουρισμού, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την θετική εξέλιξη του

δείκτη περιθωρίου πωλήσεων. Αργότερα όμως ακολούθησε ύφεση δημιουργώντας κόστη ανάλογα με αυτά του 2005 όπως παρατηρείται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 18: Δείκτης περιθωρίου πωλήσεων



5.3.6 Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού

Ένας ακόμη δείκτης αποδοτικότητας των στοιχείων του ενεργητικού είναι αυτός του συνόλου του ενεργητικού που ελέγχει και αξιολογεί την διοίκηση της επιχείρησης. Με αυτό τον δείκτη μπορεί να εκτιμηθεί κατά πόσο αποδοτικά χρησιμοποιήθηκαν τα περιουσιακά στοιχεία των ξενοδοχείων.

Διάγραμμα 19: Δείκτης αποδοτικότητας συνόλου ενεργητικού



Με βάση το παραπάνω διάγραμμα για το 2004 ο δείκτης είναι αρκετά υψηλός, γεγονός που επιβεβαιώνει την πληρότητα των ξενοδοχειακών κλινών λόγω των Ολυμπιακών αγώνων. Για το 2005 ο δείκτης είναι αρκετά χαμηλός. Στοιχείο που

αποδεικνύει ότι τα ξενοδοχεία δεν άντεξαν να συντηρήσουν την κεφαλαιακή δομή του προηγούμενου έτους. Το 2006 και το 2007 ήταν ανοδικός καθότι βοήθησε και η χρήση αυξημένης τιμολογιακής πολιτικής και το 2008 ήταν πτωτικός. Ο βασικός λόγος που μπορεί μια επιχείρηση να μη χρησιμοποιεί αποδοτικά τα περιουσιακά του στοιχεία είναι η μη πληρότητα των κλινών είτε η αύξηση του κόστους πωληθέντων. Όπως παρατηρήσαμε όμως το 2008 ο δείκτης κόστους πωληθέντων ήταν χαμηλός. Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι δεν αξιοποιήθηκαν όλες οι κλίνες.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Επομένως, όσον αφορά τη ρευστότητα του κλάδου, δηλαδή το κατά πόσο είναι οι επιχειρήσεις φερέγγυες στην κάλυψη των υποχρεώσεων τους βραχυπρόθεσμα, η εικόνα του κλάδου μέσα στην πενταετία 2004-2008 ήταν θετική. Βέβαια, αυτό μπορεί να σημαίνει είτε ότι οι επιχειρήσεις βελτίωσαν την πιστοληπτική ικανότητα τους όσον αφορά στην πληρωμή των χρεών και στην είσπραξη των απαιτήσεων τους είτε μείωσαν τις υποχρεώσεις τους.

Όσον αφορά στη βιωσιμότητα του κλάδου οι δείκτες δείχνουν την αδυναμία των επιχειρήσεων να καλύψουν τις υποχρεώσεις τους χωρίς προσφυγή σε ξένα κεφάλαια. Ιδιαίτερα τα έτη 2007-2008 ήταν δυσοίωνα για τις περισσότερα επιχειρήσεις καθώς τα περισσότερα εμφάνισαν έκτακτες ζημιές, μερικά προέβησαν σε πώληση παγίων, άλλα σε παρακράτηση κερδών και μερικά ακόμα και σε μείωση κεφαλαίων. Αυτό μπορεί να επαληθευτεί από τους δείκτες κυκλοφορούντος ενεργητικού προς σύνολο υποχρεώσεων, υπερχρέωσης και επιπέδου κεφαλαιακής μόχλευσης, σχέσεως κεφαλαίου, δανειακής επιβάρυνσης. Τέλος, από το δείκτη αυτοχρηματοδότησης φαίνεται η χρηματοδοτική πολιτική που έχουν ακολουθήσει οι εταιρίες, που στην προκειμένη είναι παρακράτηση κερδών από αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την αγορά, είτε είναι συνειδητή επιλογή για να αποφύγουν την αυξημένη φορολογία από τα μερίσματα.

Με βάση τους δείκτες βιωσιμότητας φάνηκε η ανάγκη των επιχειρήσεων να καταφύγουν σε δανεισμό. Η χρησιμότητα αυτών των ξένων κεφαλαίων αποδεικνύεται μελετώντας την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Μελετώντας τους δείκτες αποδοτικότητας φάνηκαν αδυναμίες ως προς την διοικητική ικανότητα της λειτουργικότητας της κάθε επιχείρησης, καθώς και ως προς την ικανότητα να συντηρήσουν την νέα κεφαλαιακή τους δομή. Για αυτό και παρατηρήθηκε αυξημένη

τιμολογιακή πολιτική, το οποίο αποδεικνύεται και από τον δείκτη περιθωρίου πωλήσεων. Επομένως θα πρέπει η κάθε διοίκηση να βρει ένα τρόπο μείωσης των επιμέρους εξόδων της επιχείρησης και να χρησιμοποιεί τα πάγια στοιχεία της πιο αποδοτικά, δηλαδή να βρει τη χρυσή τομή για τη λήψη ευεργετικών αποφάσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας. Ως εκ τούτου η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας αποτελούσε και αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας. Η σχέση τουρισμού - περιβάλλον είναι άμεση, καθώς το περιβάλλον αποτελεί το βασικό κίνητρο για την τουριστική δραστηριότητα. Είναι το στοιχείο που καθιστά έναν προορισμό ελκυστικό.

Με βάση τα στοιχεία των φορέων ανά κλάδο προκύπτει ότι η παγκόσμια κρίση έχει ανακάμψει τόσο την ελληνική ανάπτυξη του τουρισμού όσο και του παγκόσμιου. Με νούμερα παγκοσμίων τουριστικών αφίξεων που αγγίζουν τα 842 εκατομμύρια το 2006 αυτοχαρακτηρίστηκε ως χρονιά ρεκόρ για την παγκόσμια τουριστική αγορά. Ωστόσο αν και υπήρχαν παράγοντες αρνητικής επιρροής των τουριστικών αφίξεων, όπως οι τρομοκρατικές επιθέσεις, τα ζητήματα υγείας, οι αυξανόμενες τιμές του πετρελαίου, η οικονομική σταθερότητα, οι σταθεροί ρυθμοί ανάπτυξης της οικονομίας και η αποτελεσματική πολιτική των φορέων του τουριστικού κυκλώματος ενάντια στην κρίση, ο τουρισμός απέδωσε τα μέγιστα. Συνάμα, οι Ασιατικές χώρες ισχυροποιούνται στον τομέα της οικονομίας. Για τέσσερα συνεχόμενα έτη από το 2004 η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία είχε αυξητική πορεία παρ' όλες τις κρίσεις που προέκυψαν.⁵³

Για αυτό το λόγο πρέπει να μελετηθούν όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος και κατ' επέκταση την εικόνα των αριθμοδεικτών του κλάδου. Η βάση της μελέτης αυτών των συντελεστών επιρροής εκτείνεται σε πρώτη ανάλυση στο εξωτερικό περιβάλλον και σε δεύτερη ανάλυση στο εσωτερικό περιβάλλον, από όπου η επιχείρηση δραστηριοποιείται.

⁵³ Μπαμπλή, Χ. (2010). "Στρατηγικό σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2010-2015". Διατμηματικό πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών στη διοίκηση επιχειρήσεων. Θεσσαλονίκη. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/14101/1/master+thesis_+%CE%9C%CF%80%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%BB%CE%AE+%CE%A7%CF%81%CF%85%CF%83%CE%AE_blank.pdf την 1/12/2011

6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η ελληνική οικονομία είναι δυναμική και ανταγωνιστική στον κλάδο του τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια έχει ανθίσει η τουριστική βιομηχανία, η οποία αντικατοπτρίζεται από μαζικό τουρισμό. Παράλληλα έχει βελτιωθεί η φύση και των ειδών των τουριστικών υπηρεσιών καθώς επίσης και η οργάνωση και λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων.⁵⁴ Τον 21^ο αιώνα έχουν εμφανιστεί θέματα που συνδέονται άρρηκτα με την βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού καθώς και τις ανισότητες πλούτου και ευκαιριών. Ωστόσο αυτός ο αιώνας επέφερε αλλαγές στην ορθή κατανομή και τη διαχείριση των φυσικών πόρων. Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών ο τουρισμός σημείωσε αξιοσημείωτη πρόοδο. Σε αυτό συμβάλει το βιοτικό επίπεδο που αυξάνεται και μαζί με αυτό και οι τουριστικές δαπάνες. Υπάρχουν όμως σημαντικά προβλήματα όπως οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις, η εξάρτηση από μία μόνο πηγή εισοδήματος και η εποχικότητα στον τομέα της απασχόλησης.

Η προσπάθεια προσέλκυσης τουριστών και αύξησης των εσόδων αποτελεί θέμα ανταγωνιστικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς αυξάνεται ο αριθμός των τουριστικών προορισμών που εισέρχονται στη διεθνή τουριστική αγορά. Ως εκ τούτου, αν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες βελτίωσαν τις τουριστικές υποδομές της χώρας, τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα είχε μειωμένες αφίξεις τουριστών. Σήμερα, η Ελλάδα στον ξενοδοχειακό κλάδο παρουσιάζει συμπτώματα υπερπροσφοράς κλινών, σε αντίθεση με τη χρήση τους, που είναι μειωμένη.⁵⁵

ΑΝΑΛΥΣΗ P.E.S.T.E.L.

Το τουριστικό κύκλωμα κινείται σε δυο πόλους στους τουρίστες και στα καταλύματα προς τα οποία πρόκειται να μετακινηθούν. Τα καταλύματα και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρει ο προορισμός. Το τουριστικό προϊόν αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της

⁵⁴ Δογάνη, Ε. (2009). "Ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα". Τεχνολογικό Ίδρυμα Δυτικής Μακεδονίας, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πτυχιακή εργασία. Κοζάνη. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα http://eprints.teikoz.gr/124/1/D11_2009.pdf την 26/5/2010.

⁵⁵ Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών. Ομάδα Έργου: Υπεύθυνος Τσάρτας, Π. Δρ. Βαγιάννη, Ε. Δρ. Λαγός, Δ. Δρ. Παπαθεοδώρου, Α. Δρ Σιγάλα, Μ. Δρ. Σπυλιάνης, Γ. Δρ. Σταυρινούδης, Θ. Δρ. Χρήστου, Ε. Αρβανίτης, Π. Βασιλείου, Μ. Παναγόπουλος, Π. Πουλάκη, Ι. Σκούλτσος, Σ. Τσιακάλη, Κ. Μαρινίδης, Δ. Ζενέλης, Π.(2010) Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία/Κοινωνία & Προτάσεις Πολιτικής για την Τουριστική Ανάπτυξη. Ανακτήθηκε στις 2/12/2011 από την ιστοσελίδα: http://www.greectourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Melet h.pdf.

ελληνικής οικονομίας, και για αυτό η προσπάθεια για υψηλή τουριστική ανταγωνιστικότητα εντείνεται συνεχώς σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Η παγκόσμια κρίση δείχνει ότι έχει δυσμενείς επιπτώσεις και σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Σε μία πιο ποιοτική βάση, η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει περισσότερο τον επαγγελματικό τουρισμό σε αντίθεση με τον τουρισμό αναψυχής και έχει καταστεί λόγος της μείωσης της διάρκειας της διαμονής και της τουριστικής δαπάνης από τις αφίξεις.

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν με την υφιστάμενη πολιτική κατάσταση αποτελεί κίνητρο για ένα τεστ αντοχής και αποτελεσματικότητας των πολιτικών και των αποφάσεων που αφορούν στην βιώσιμη ανάπτυξη του. Στα πλαίσια της, η παρούσα κρίση είναι μια πρόκληση για την αντιμετώπιση χρόνιων προβλημάτων και για την βελτίωση της ελληνικής τουριστικής ανταγωνιστικότητας στο μεσομακροπρόθεσμο μέλλον. Επομένως, για μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα του τουριστικού προϊόντος κρίνεται αναγκαίο να μελετηθεί το εξωτερικό περιβάλλον και όλοι οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν αυτό. Η ανάλυση PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο προς την επίτευξη του παραπάνω σκοπού καθώς μελετά παράγοντες που επηρεάζουν τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τον κλάδο.⁵⁶

6.1.1 Πολιτική Διάσταση

Βασικός φορέας ασκήσεως της τουριστικής πολιτικής τα τελευταία χρόνια ήταν το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Οι τομείς δραστηριοποίησης του φορέα αυτού κινούνται στον προγραμματισμό και στη χάραξη της τουριστικής πολιτικής, στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης, στη διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και στο σχεδιασμό των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής. Η συγχώνευση των Υπουργείων Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης σε ένα υπουργείο αναδεικνύει τις συνέργιες μεταξύ των δύο κλάδων. Ωστόσο πρέπει να υπάρχουν διακριτές αρμοδιότητες για να αποφευχθεί η γραφειοκρατία και να υποβαθμιστεί και πάλι ο ρόλος του τουρισμού.

Οι μεταφορές αποτελούν σημαντικό τμήμα του τουρισμού καθώς είναι το ένα από τα δύο θεμελιώδη στοιχεία του, το δεύτερο σχετίζεται με την παροχή υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης στους τουριστικούς προορισμούς. Τις τελευταίες

⁵⁶ Βλέπε προηγούμενη παραπομπή.

δεκαετίες, το συγκοινωνιακό δίκτυο της χώρας σταδιακά βελτιώνεται και εκσυγχρονίζεται προκειμένου η μετακίνηση να γίνει πιο ασφαλής και πιο γρήγορη. Ο εκσυγχρονισμός αυτός έχει προσδώσει κέρδη και αναμένεται να βοηθήσει στην άνθιση των νέων μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός. Ωστόσο, γεγονότα όπως οι κατολισθήσεις στην περιοχή των Τεμπών παλαιότερα και ο μεγάλος αριθμός ατυχημάτων στο επαρχιακό οδικό δίκτυο επισκιάζουν τη σημασία και την θετική επίδραση των μεγάλων μεταφορικών έργων.

Όσον αφορά στις αερομεταφορές, η Ελλάδα έχει απελευθερώσει την ανάπτυξη του αεροπορικού δικτύου. Ωστόσο, παρόλη την μεγάλη βαρύτητα που έδειξε η πολιτεία για την προσέλκυση εταιριών χαμηλού κόστους και charter δεν βρέθηκε ουσιαστική λύση. Βασικός στόχος της τουριστικής πολιτικής των αερομεταφορών πρέπει να είναι η ανάπτυξη των περιφερειακών αεροδρομίων, είτε μέσω κρατικής δαπάνης, είτε μέσω συμπράξεων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

Απελευθέρωση υφίσταται και στην ελληνική ακτοπλοΐα με στόχο την ενίσχυση του ανταγωνισμού και την αναβάθμιση του επιπέδου ποιότητας των υπηρεσιών προς τον επιβάτη. Ο προγραμματισμός των εταιριών καθίσταται δύσκολος λόγω της έντονης εποχικότητας αλλά και των μεγάλων διακυμάνσεων της επιβατικής κίνησης. Γεγονός που ίσως να οφείλεται σε πιθανή ωρίμανση της ελληνικής ακτοπλοΐας, αν ληφθούν υπόψη οι ελάχιστες ετήσιες αυξομειώσεις των ετήσιων μεγεθών των πωλήσεων τους.

Παράλληλα στην ελληνική ακτοπλοΐα κινούνται οι κρουαζιέρες, το μεγαλύτερο ποσοστό των οποίων είναι μικρής και μεσαίας διάρκειας, χωρίς να συνυπολογίζονται αυτές που προσεγγίζουν τους λιμένες του Πειραιά και της Ρόδου που καλύπτουν διάρκεια επτά ημερών και άνω. Ωστόσο οι κρουαζιέρες που πραγματοποιούνται είναι λίγες, λόγω της άρνησης του ελληνικού κράτους να εκχωρήσει δικαιώματα cabotage σε πλοία νηολογημένα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ένα βασικό πρόβλημα με την κατασκευή μεγάλων λιμενικών υποδομών αποτελεί το μη ανακτήσιμο κόστος της σχετικής επένδυσης καθώς η σχετική ζήτηση δεν είναι ουσιαστικά εξασφαλισμένη.

Στον τομέα των χερσαίων μεταφορών, τα ΚΤΕΛ εμποδίζουν την αύξηση του ελεύθερου ανταγωνισμού καθώς αντιτίθενται στους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το κράτος προκειμένου να βελτιώσει το τουριστικό προϊόν και να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης, περιλαμβάνει τον κλάδο του

τουρισμού στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων. Παράλληλα εξετάζονται και υιοθετούνται πολιτικές μείωσης ή μερικής / ολικής αναστολής πληρωμής διάφορων χρεώσεων, όπως ο φόρος παρεπιδημούντων. Επιπροσθέτως έχουν χρηματοδοτηθεί μελέτες που αφορούν στη δημιουργία Δορυφόρων Λογαριασμών Τουρισμού, με στόχο να παρακολουθούν και να καταγράφουν τα μεγέθη που αφορούν στην τουριστική δραστηριότητα, για να εφαρμοστούν αποδοτικότερες πολιτικές επίλυσης των προβλημάτων. Προσπάθειες γίνονται και για την αντιμετώπιση της εποχικότητας του τουρισμού αλλά και για την αντιμετώπιση της υψηλής συγκέντρωσης της τουριστικής προσέλευσης σε συγκεκριμένες περιοχές. Ο πολιτικός σχεδιασμός των παρεμβάσεων στον τομέα του τουρισμού αποσκοπεί στην προώθηση πολιτικών ανάπτυξης της τουριστικής κινητικότητας σε δωδεκάμηνη βάση. Εργαλείο για την αντιμετώπιση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού όσο και της οικονομικής κρίσης είναι και η ενίσχυση του εγχώριου τουρισμού. Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού εμφανίζει σχετική σταθερότητα και ικανοποιητική ανάπτυξη.

Τα τελευταία χρόνια ο Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού σε συνεργασία με το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, τις δημοτικές επιχειρήσεις και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης συνέβαλαν στις τουριστικές υποδομές των πόλεων με ανάλογες επενδύσεις. Επιπλέον τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός έχει επεκταθεί στη ελληνική επικράτεια. Ο αθλητικός τουρισμός αποτέλεσε σημαντικό είδος τουρισμού για τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ο εκσυγχρονισμός των αθλητικών υποδομών σε συνδυασμό με την κατασκευή αθλητικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων έδωσαν τη δυνατότητα στην Ελλάδα να αναλαμβάνει τη διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων. Στον τομέα του αγροτουρισμού ή τουρισμού υπαίθρου, ο ιαματικός τουρισμός έχει αρχίσει να αξιοποιείται στον ελλαδικό χώρο. Επιπλέον οι σχετικές διακρατικές συμφωνίες, όπως η υποψηφιότητα της Ελλάδας για το Visa Waiver Program, αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την άνθηση του τουρισμού.⁵⁷

6.1.2 Οικονομική Διάσταση

Η ενίσχυση της ρευστότητας και της δανειοδότησης από τις τράπεζες αλλά και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας είναι τα σημαντικότερα θέματα που απασχολούν

⁵⁷ Βλέπε παραπομπή 55.

τους φορείς του τουρισμού. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2009 πολλές ξενοδοχειακές μονάδες χρηματοδοτήθηκαν προκειμένου να ανταπεξέλθουν και να βιώσουν οικονομικά στη νέα τουριστική σεζόν. Ωστόσο υπήρχαν προβλήματα όσον αφορά την πιστοληπτική ικανότητα των επιχειρήσεων, εξαιτίας των μειωμένων κρατήσεων αλλά και των υποχρεώσεων τους προς προμηθευτές, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν μεταχρονολογημένα. Για αυτό το λόγο το κράτος προσπαθώντας να στηρίξει τον κλάδο ανακοίνωσε δέσμη μέτρων στήριξης του τουρισμού για την διετία 2009-2010.

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού περίπου 900.000 άτομα, το οποίο σημαίνει το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας, απασχολούταν έμμεσα ή άμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2009. Με βάση τις εκτιμήσεις του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων το πρώτο εξάμηνο του 2009 οι αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών μειώθηκαν κατά 10% σε σχέση με το 2008. Αποτέλεσμα αυτού ήταν η μείωση των θέσεων εργασίας κατά 19.000 περίπου.

Η ελληνική τουριστική οικονομία αν και έχει δείξει σημεία άνθησης παρουσιάζει σημαντικές αδυναμίες, όσον αφορά την ανταγωνιστικότητα της. Η Ελλάδα για το 2009 βρισκόταν στην 114^η θέση ανάμεσα σε 133 χώρες σε τιμολογιακή ανταγωνιστικότητα και στην 107^η θέση στα επίπεδα ακρίβειας. Επιπλέον κατείχε για το 2009 την 72^η θέση όσον αφορά στην φορολογική πολιτική της και την 83^η θέση στην τιμολογιακή πολιτική των καταλυμάτων της.⁵⁸

6.1.3 Κοινωνική Διάσταση

Με βάση τα στοιχεία του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων οι εισοδηματικές κάστες που προσεγγίζουν την Ελλάδα είναι μεσαίας και κατώτερης τάξης, το οποίο παραπέμπει σε άτομα νεαρής ηλικίας, κάτω των σαράντα. Στατιστικά ο μέσος όρος του 91% που επισκέπτεται την Ελλάδα, συνταξιδεύει με 1,8 άτομα, εκ των οποίων ο ένας συνήθως είναι ανήλικος. Το συνηθέστερο χρονικό διάστημα παραμονής των ταξιδιωτών είναι επτά μέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής αγγίζει και ξεπερνά κατά λίγο τις δέκα μέρες. Οι εθνικότητες των ταξιδιωτών ποικίλουν, έχοντας ως συνηθέστερο τόπο καταγωγής τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ολλανδία και την Ιταλία. Από τα στοιχεία που αφορούν το 2008 οι Βρετανοί και οι Γερμανοί ταξίδεψαν λιγότερο προς την Ελλάδα, σημειώνοντας μια

⁵⁸ Βλέπε παραπομπή 55.

πτώση στο 5%, ενώ οι υπόλοιπες εθνικότητες παρουσίασαν οριακά αύξηση. Ωστόσο ταξιδιώτες από την κεντροανατολική Ευρώπη προσέγγισαν την Ελλάδα καθώς και τουρίστες από τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Πιο συγκεκριμένα οι αφίξεις των Ρώσων παρουσίασαν μέση ετήσια αύξηση 17% για την επταετία 2000-2006.

Το αποτέλεσμα αυτού του ποσού εισροής τουριστών ήταν να επιφέρει αλλαγές στον τομέα της απασχόλησης, είτε άμεσα, είτε έμμεσα στον τουρισμό. Αυτό παρατηρήθηκε, όπως ήταν λογικό, κυρίως σε περιοχές όπου αυξήθηκε η τουριστική κινητικότητα. Με αυτό τον τρόπο άλλαξε ο τρόπος ζωής των τουριστικών περιοχών, καθώς επίσης και τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των κατοίκων. Ακόμα μια αλλαγή επήλθε στον τριτογενή τομέα δραστηριότητας.

Επομένως σταδιακά οι περιφερειακές περιοχές απέκτησαν όμοιο τρόπο ζωής με τα αστικά κέντρα, με αποτέλεσμα να υποστεί μεταβολές και ο επαγγελματικός προσανατολισμός στις τουριστικές αυτές περιοχές.

Όσον αφορά στον εσωτερικό τουρισμό, σύμφωνα με την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, μόνο το 45% των ελληνικών νοικοκυριών πραγματοποιεί τουλάχιστον ένα ταξίδι αναψυχής το χρόνο. Το 63,3% από αυτούς τους Έλληνες ταξιδεύουν τον Ιούλιο ή τον Αύγουστο για επτά έως δέκα ημέρες. Έτσι λοιπόν η ζήτηση για τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση αυξήθηκε σημαντικά με παλαιότερα. Παράλληλα σε αυτό συνετέλεσαν και εκδηλώσεις τεχνών και πολιτισμού που διοργανώνονται μέσα στο έτος. Επίσης, οι εκδηλώσεις τεχνών και πολιτισμού απέδωσαν σημαντική προσφορά στην τουριστική κίνηση, καθώς αποτέλεσαν σημαντικό πόλο έλξης για την προσέλκυση τουριστών. Ωστόσο όμως, πέραν της αύξησης της προσφοράς, υπήρξαν πολλές περιπτώσεις που εμπορευματοποιήθηκε η παράδοση με απώτερο σκοπό το εύκολο κέρδος. Τα παραδείγματα τουριστικής εκμετάλλευσης είναι αρκετά και λαμβάνουν χώρο και εντός Αττικής αλλά και περιφερειακά στους τουριστικούς προορισμούς.⁵⁹

6.1.4 Τεχνολογική Διάσταση

Τα επίπεδα ανταγωνιστικότητας διατηρούνται χαμηλά στις νέες τεχνολογίες στον ελληνικό τουρισμό. Συγκεκριμένα η Ελλάδα καταλαμβάνει την 40η θέση ανάμεσα στις 133 χώρες που συμπεριλαμβάνονται στην έκθεση του World Economic

⁵⁹ Βλέπε παραπομπή 55.

Forum. Συγκεκριμένα η Ελλάδα βρίσκεται στην 97η θέση στη χρήση του διαδικτύου και στην 63η θέση στον αριθμό των χρηστών διαδικτύου στον κλάδο του τουρισμού. Ο ηλεκτρονικός τουρισμός κινείται ανάλογα με το μέγεθος της εκάστοτε τουριστικής επιχείρησης. Οι τουριστικές μονάδες στα νησιά χρησιμοποιούν περισσότερο τις νέες τεχνολογίες. Το πανελλαδικό ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων που διαθέτουν ιδιόκτητη ιστοσελίδα αγγίζει το 63%. Ποσοστό που οφείλεται στους νέους επιχειρηματίες του ξενοδοχειακού κλάδου που έχουν αντιληφθεί την σπουδαιότητα των νέων τεχνολογιών για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους.

Ενθαρρυντικό δεδομένο είναι και η εμφάνιση των χρηματοδοτήσεων του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς για τα έτη 2007-2013, προκειμένου να ενισχυθεί ο τουριστικός κλάδος. Αύξηση της τουριστικής κίνησης αναμένεται από τη δράση του προγράμματος "digi lodge" σύμφωνα με το οποίο οι ξενοδοχειακές μονάδες δημιουργούν ιστοσελίδες με ηλεκτρονικές κρατήσεις ενισχύοντας ψηφιακά τη δραστηριότητα τους. Ωστόσο η νέα διαδικτυακή πύλη του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού προσφέρει ενημέρωση σχετικά με τις δράσεις ενίσχυσης και τις συνεργασίες των επιχειρήσεων με θεσμικούς φορείς. Τέλος οι νέες τεχνολογίες ασχολούνται με προωθητικές πολιτικές e-marketing, με προωθητικές ενέργειες κοινωνικής δικτύωσης και τεχνολογίες web και με πολυμέσα, ψηφιακούς χάρτες και τεχνικές εικονικής πραγματικότητας.⁶⁰

6.1.5 Περιβαλλοντική Διάσταση

Στον τομέα της περιβαλλοντικής ανάλυσης παρατηρούνται φαινόμενα καταπάτησης του τουριστικού περιβάλλοντος από την κακή χρήση της τουριστικής εκμετάλλευσης. Η ελληνική αγορά αν και χαρακτηρίζεται ώριμη από τουριστικής άποψης, προκειμένου να διατηρηθεί η βιωσιμότητα και η ισορροπία απαιτείται κρατική μέριμνα αλλά και συντονισμός της τουριστικής δραστηριότητας.

Προς αυτή την κατεύθυνση προτάθηκε το Ειδικό Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό με σκοπό τον προσδιορισμό των ενεργειών και των δεδομένων που θα πρέπει να εφαρμοστούν, ώστε να επιτευχθεί ανάπτυξη και ταυτόχρονη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Παράλληλα έγινε πρόταση για το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο στον Παράκτιο Χώρο και τα Νησιά. Ο σκοπός του πλαισίου αυτού είναι να

⁶⁰ Βλέπε παραπομπή 54.

προσδιοριστεί ο βαθμός δόμησης, να προστατευτεί και να αναδειχθεί το φυσικό περιβάλλον και να αναπτυχθεί η βιωσιμότητα του παράκτιου χώρου και των νησιών. Ο τομέας που αφορά τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας του Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης, αναφέρεται σε ρυθμίσεις σχετικές με την ανάπτυξη των μη ορυκτών πηγών ενέργειας όπως η αιολική, η ηλιακή, η ενέργεια των κυμάτων, η παλιρροϊκή, η βιομάζα που είναι φιλικά προσκείμενες στο φυσικό περιβάλλον και αποτελούν αρωγή για την ανάπτυξη της βιωσιμότητας του τουρισμού. Επιπροσθέτως το άρθρο 3 της Κοινοτικής Οδηγίας 92/43/ΕΟΚ, προβλέπει τη δημιουργία ενός οικολογικού δικτύου του Δικτύου Natura 2000. Η οδηγία αυτή έχει σκοπό την προστασία και τον έλεγχο σε ειδικές ζώνες του φυσικού περιβάλλοντος, από τις επιπτώσεις που έχει η οικονομική και η τουριστική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με την ομάδα έργου του Εργαστηρίου Τουριστικών Ερευνών και Μελετών, η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας σε περιβαλλοντικό πλαίσιο καταλαμβάνει την 47^η θέση, ενώ στους φυσικούς πόρους κατέχει την 74^η θέση. Ωστόσο η Ελλάδα έχει ελλείψεις στο κομμάτι των περιβαλλοντικών νόμων όπου καταλαμβάνει την 67^η θέση. Ελλείψεις επιπλέον υπάρχουν και στην επιβολή των περιβαλλοντικών νόμων όπου βρίσκεται στην 74^η θέση. Τέλος στις εκπομπές ρύπων κατέχει την 99^η θέση και στην ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος την 62^η θέση.⁶¹

6.1.6 Νομική Διάσταση

Η σύνταξη ενός Ειδικού Χωροταξικού Σχεδίου για τον τουρισμό και η εφαρμογή του είναι απαραίτητη προκειμένου να εναρμονιστούν οι ανάγκες του κλάδου, να προστατευθεί το περιβάλλον και να διασφαλιστεί η κοινωνική ευημερία. Το ποσοστό συμμετοχής του κράτους σε αυτό αποσκοπεί στο να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος, να προστατεύσει τους φυσικούς πόρους, να αναπτύξει περιφερειακά τον τουρισμό καθώς και να διαμορφώσει ένα θεσμικό και νομικό πλαίσιο χωρίς ανακρίβειες, ως προς τον σχεδιασμό, την αδειοδότηση, την υλοποίηση και την ομαλή λειτουργία δημόσιων, ιδιωτικών και μεικτών επενδυτικών κινήσεων. Το Ειδικό Χωροταξικό διακρίνει τον Ελλαδικό Εθνικό Χώρο σε κατηγορίες ανά περιοχή έχοντας κριτήρια:

⁶¹ Βλέπε παραπομπή 54.

- α) την ένταση και τη μορφή της τουριστικής δραστηριότητας,
- β) τη μορφολογία του εδάφους και
- γ) τη φύση και την κατάσταση των διαθέσιμων πόρων.

Το σχετικό χωροταξικό σχέδιο αναφέρει τις ειδικές μορφές τουρισμού, τη χωρική οργάνωση και την αναπτυξιακή πολιτική καθώς επίσης και τις απαραίτητες ειδικές και τεχνικές υποδομές που μπορούν να ενισχυθούν. Επιπλέον υπάρχει ειδικό καθεστώς με κατευθυντήριες οδηγίες που επιλύουν θέματα συγκρούσεων με άλλες χωρικές χρήσεις, όπως αυτές της βιομηχανίας και της ενέργειας. Επιπροσθέτως όσον αφορά το καθεστώς ανάπτυξης των παραθεριστικών κατοικιών γίνεται αναφορά για την σύνθετη και ολοκληρωμένη τουριστική υποδομή μεικτής χρήσης.

Ωστόσο το κράτος πρότεινε μέσω του σχετικού χωροταξικού σχεδίου νομοθετικές ρυθμίσεις για την βελτίωση της αποδοτικότητας του τουριστικού κλάδου, των οποίων τα αποτελέσματα θα φανούν στο απώτερο μέλλον.⁶²

6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Την τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς έχουν αναλάβει μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες. Τα τελευταία σαράντα χρόνια ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος αναπτύχθηκε με ρυθμούς μεταξύ 4% και 9,5%. Ο ελληνικός τουρισμός σε συνάρτηση με την αύξηση της τουριστικής κίνησης, ακολούθησε μια ανάλογη πολιτική που ενισχύθηκε από χρηματοδοτήσεις καθώς και από το χρηματιστήριο. Ωστόσο ο ελληνικός τουρισμός άσκησε τιμολογιακές πολιτικές που είχαν σαν αποτέλεσμα, αντί να εμείνουν στην βελτίωση των υποδομών και την ανάπτυξη της περιφέρειας, να μειώσουν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Πολιτικές, όπως η ύπαρξη παράνομων καταλυμάτων, έχουν αντίκτυπο στη ποιότητα υπηρεσιών και στα δημοσιονομικά έσοδα αλλά και δημιουργούν αθέμιτο ανταγωνισμό. Επιπλέον η προσπάθεια μετακίνησης σε μεγαλύτερη κατηγορία από την αναλογούσα, δεν κατέστησε το ελληνικό τουριστικό προϊόν περισσότερο ανταγωνιστικό. Σαφέστατα σε αυτό συμβάλει και η έντονη εποχικότητα που δυσκολεύει του ξενοδόχους, ως προς την απορρόφηση των τιμών αλλά και την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών. Τέλος, απαραίτητη συντεταγμένη αποτελεί η

⁶² Βλέπε προηγούμενη παραπομπή.

διαχείριση και η σωστή λειτουργία των μονάδων καθώς αυτή επιτυγχάνεται κυρίως μόνο από αλυσίδες ξενοδοχεία.⁶³

Η χώρα μας διαθέτει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και για αυτό το κράτος κάνει προσπάθειες να θέσει προτεραιότητα τον τουρισμό. Ωστόσο όμως δεν διαθέτει τους απαραίτητους πόρους για την ανάπτυξη του. Οι επενδύσεις εκσυγχρονισμού αποτελούν αρωγή για τη βελτίωση του ξενοδοχειακού δυναμικού, αλλά δεν επιλύουν την ανάγκη για νέες ξενοδοχειακές μονάδες. Η πολιτική που ασκήθηκε προκειμένου να δημιουργηθούν επενδύσεις για νέες ξενοδοχειακές μονάδες δεν υπολόγισε την τουριστική αγορά με αποτέλεσμα να μην είναι βιώσιμες οι επιχειρήσεις. Παράλληλα υπήρξαν και άλλοι παράγοντες που κατέστησαν δύσκολη την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όπως το αυστηρό ρυθμιστικό περιβάλλον, η δυσκολία ανάληψης ξένων επενδύσεων, οι περιορισμοί απόκτησης ιδιοκτησίας από ξένους επενδυτές.

Υπάρχει λοιπόν ανάγκη επανεξέτασης του τρόπου εφαρμογής του νομοθετικού πλαισίου που ασχολείται με τη σχέση περιβάλλοντος και τουρισμού, χωρίς βέβαια να θυσιάζεται το επιδιωκόμενο περιβαλλοντικό αποτέλεσμα.⁶⁴ Για τους παραπάνω λόγους κρίνεται αναγκαία και η ανάλυση των παραγόντων του εσωτερικού περιβάλλοντος.

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

Η ανάλυση που μελετά τις αδυναμίες, τα δυνατά σημεία, τις απειλές και τις ευκαιρίες είναι γνωστή διεθνώς ως SWOT Analysis. Η ανάλυση της τωρινής κατάστασης συντελεί στην εξαγωγή συμπερασμάτων προκειμένου να προσδιοριστούν οι ποιοτικοί στόχοι και να υιοθετηθεί η κατάλληλη στρατηγική για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος.

⁶³ Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, Κεφάλαιο 4: Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος. Δομή του κλάδου. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/DocLib2/H_Ανταγωνιστικότητα_του_Ελληνικού_Τουριστικού_Τομέα/12_ΚΕΦΑΛΑΙΟ_04.pdf την 8/6/2010.

⁶⁴ Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. (2010). Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά του. Ανακτήθηκε την 20/1/2010 από την ιστοσελίδα: http://www.express.gr/news/ellada/253559oz_20100115253559.php3

6.2.1 Δυνατά σημεία

Για τη μελέτη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της χώρας είναι απαραίτητη η γνώση των δυνατών στοιχείων. Η ανάλυση τους παρουσιάζεται παρακάτω.

- Η ύπαρξη αναλλοίωτου φυσικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Πόλο έλξης αποτελούν για τους τουρίστες τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας με τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες. Ωστόσο τα φυσικά τοπία σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά αποτελούν σημαντικό λόγο προσέλκυσης τουριστών.
- Η αναβάθμιση της οικονομικής, τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνέβαλαν σημαντικά στην ανάπτυξη της χώρας, καθώς βελτιώθηκαν οι ακτοπολιτικές συγκοινωνίες και ολοκληρώθηκαν μεγάλες οδικές αρτηρίες. Επιπλέον υπήρξε ταχεία πρόοδος στις επικοινωνίες και στην ανάπτυξη του γρήγορου Internet. Οι εξελίξεις αυτές, συνδυαζόμενες με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, την παιδεία και τον ελληνικό τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

6.2.2 Αδυναμίες

Στο παρόν στάδιο σχεδιασμού αναλύονται τα αδύναμα στοιχεία που εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας της χώρας.

- Η γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστικής προσφοράς σε συγκεκριμένες περιφέρειες της χώρας. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσης ξενοδοχειακών κλινών βρίσκεται στην Κρήτη, στα Δωδεκάνησα και στην Στερεά Ελλάδα. Σαν αποτέλεσμα του κορεσμού της τουριστικής προσφοράς από αυτές τις περιοχές, πολλοί τουριστικοί προορισμοί παραμένουν ανεκμετάλλευτοι.
- Η έντονη εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης. Το 70% των τουριστών επισκέπτεται την χώρα την περίοδο Μάιο – Σεπτέμβριο, εκ των το 50% είναι το τρίμηνο Ιούλιο –Σεπτέμβριο. Εξαιτίας αυτής της άνισης κατανομής, η τουριστική δραστηριότητα επιδρά ανασταλτικά στην ποιότητα των υπηρεσιών αλλά και στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων.

- Η ανεπάρκεια σε υποστηρικτικές υποδομές. Η ανάπτυξη κι άλλων μορφών εναλλακτικού τουρισμού θα μπορούσε να ενισχυθεί δημιουργώντας τις ανάλογες υποδομές όπως γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα τουρισμού υγείας, θεματικά πάρκα, κέντρα αθλητισμού, προπονητικά κέντρα, κέντρα αξιοποίησης ιαματικών πηγών, χιονοδρομικά κέντρα
- Η έλλειψη εκπαίδευσης στο ανθρώπινο δυναμικό. Σε μια προσπάθεια ανταπόκρισης απέναντι στον μεγάλο ανταγωνισμό του διεθνούς τουριστικού προϊόντος απαιτείται και η ανάλογη εξειδίκευση των ανθρωπίνων πόρων όσον αφορά στο επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Η έντονη εξάρτηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων από τους μεγάλους διεθνείς tour operators. Η διαμόρφωση της τελικής τιμής ενός τουριστικού πακέτου αλλά και γενικότερα της τουριστικής κίνησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την διαπραγματευτική δύναμη των tour operators. Η επικερδής λειτουργία των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μειώνεται, καθώς οι tour operators πιέζουν για μείωση των τιμών και παροχή καλύτερων υπηρεσιών εκμεταλλευόμενοι του γεγονότος ότι δεν υπάρχουν αμιγώς ελληνικές αερομεταφορές charter.
- Η καθυστέρηση στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών. Η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος επηρεάζεται από τις τεχνολογικές υποδομές των ξενοδοχειακών μονάδων. Το χαμηλό επίπεδο τεχνογνωσίας σε σχέση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα συντελεί στην τελική εικόνα του τουριστικού προϊόντος.
- Η ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων χωρίς αναπτυξιακό ορίζοντα. Η τοποθέτηση κρατικών πόρων (επιδότησεις) σε μικρές επιχειρήσεις που επικαρπώθηκαν από αυτό χωρίς να έχουν μακροπρόθεσμα σχέδια ανάπτυξης έρχεται σε αντίθεση με την ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών στις χώρες προελεύσεως, η οποία συγκεντρωνόταν σε εξαιρετικά υψηλό βαθμό σε λίγες επιχειρήσεις παγκοσμίου εμβέλειας και με μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη
- Η έλλειψη επιχειρηματικού ενδιαφέροντος από αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Η μεγάλη απόσταση της Ελλάδας από τις κύριες χώρες προελεύσεως τουριστών από την ανεπτυγμένη Βόρεια Ευρώπη δεν επιτρέπει στην Ελλάδα

να προσελκύσει ικανό αριθμό τουριστών εκτός της καλοκαιρινής περιόδου. Σαν αποτέλεσμα, αυτό έχει αντίκτυπο στις αεροπορικές εταιρίες που έχουν αυξημένα κόστη. Το δεδομένο όμως ότι η Ελλάδα προσελκύει αυτές τις χώρες επιδεινώνει αυτό το πρόβλημα.

- Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού για τουριστικές επενδύσεις. Σαν αποτέλεσμα η δημιουργία αναγκαιών και κατάλληλα τοποθετημένων τουριστικών επενδύσεων καθυστερεί. Η μεγάλη ανάπτυξη αυθαιρέτων και παράνομων τουριστικών και άλλων εγκαταστάσεων ευνοήθηκε. Έτσι, τα τελευταία έτη οι αρχές ασχολούνται με τη νομιμοποίηση των αυθαιρέτων τουριστικών εγκαταστάσεων με αποτέλεσμα να μη δημιουργούνται προϋποθέσεις για τη σωστή χωροθέτηση και την ανάπτυξη των νόμιμων τουριστικών μονάδων.

6.2.3 Απειλές

Στα πλαίσια της S.W.O.T ανάλυσης πρέπει να μελετηθούν και οι υπάρχουσες απειλές στον τομέα του τουρισμού. Αυτές είναι:

- Εντεινόμενος ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες. Τα μεσογειακά παράλια τα τελευταία χρόνια έχουν αποκτήσει μεγάλο μερίδιο τουριστών. Ως αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός εντείνεται και αυτό επιβεβαιώνεται από την ακολουθούμενη τιμολογιακή πολιτική των προορισμών στις μεσογειακές χώρες. Φυσικό επακόλουθο αυτού είναι να μειωθεί το μερίδιο τουριστών στην Ελλάδα, παρά την αύξηση που απέκτησε λόγω Ολυμπιακών Αγώνων.
- Κίνδυνος υποκατάστασης από άλλες χώρες. Τα πλεονεκτήματα της χώρας, δηλαδή ο φυσικός πλούτος της, το περιβάλλον, η φιλοξενία και η αυθεντικότητα των ανθρώπων παραμένουν ίδια ή και τείνουν να καταστραφούν. Αυτό εγκυμονεί τον κίνδυνο να μην είναι πλέον τόσο ανταγωνιστική ως προς αυτά τα πλεονεκτήματα, την στιγμή που μπορούν να υποκατασταθούν κι από άλλες χώρες.
- Μείωση της ζήτησης λόγω παγκόσμιας κρίσης. Η παγκόσμια οικονομία δέχεται κραδασμούς τα τελευταία χρόνια με αποτέλεσμα την επιτάχυνση των αρνητικών εξελίξεων στο χώρο του τουρισμού και ως επόμενο και στην ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.

6.2.4 Ευκαιρίες

Στην αναφορά των ευκαιριών περιλαμβάνονται όλα τα μέτρα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη βέλτιστη αναπτυξιακή πολιτική στον τουρισμό.

- Προοπτική διαφοροποίηση προϊόντος. Η διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί με την ανάπτυξη μιας νέας τουριστικής ταυτότητας. Αυτή η νέα ταυτότητα αντικατοπτρίζεται μέσα από ένα φάσμα νέων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, και την ανάπτυξη μορφών τουρισμού γνωστών σε άλλες τουριστικές αγορές, νέων για την Ελλάδα, όπως ο τουρισμός πόλεων. Η νέα τουριστική ταυτότητα που προωθεί η σημερινή κυβέρνηση θα περιλαμβάνει μεταξύ των άλλων ένα νέο νομικό πλαίσιο για την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας, τη χρήση εναλλακτικών πηγών ενέργειας, τη δημιουργία ενός διοικητικού τουριστικού πρωτοκόλλου επικεντρωμένου στον πελάτη, τα κίνητρα για επενδύσεις στον πράσινο τουρισμό, τη συνεργασία με τον ευρύτερο ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, αλλά και συνεργίες με τους τομείς του πολιτισμού και αθλητισμού.
- Η ενοποίηση του πολιτισμού και του αθλητισμού. Προκειμένου να επιτευχθεί μέγιστη αξιοποίηση των ευρωπαϊκών κονδυλίων και να εξαλειφθούν γραφειοκρατικές δυσκολίες, μια στρατηγική λύση είναι η ενοποίηση της αρχαιολογικής και πολιτιστικής κληρονομιάς αξιοποιώντας με αυτό τον τρόπο βέλτιστα τα πλεονεκτήματα ενός προορισμού.
- Ενίσχυση επενδύσεων και ανάληψη διοίκησης των ξενοδοχειακών μονάδων από πολυεθνικές επιχειρήσεις. Η ενίσχυση των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων από το ενδιαφέρον που επιδεικνύουν οι πολυεθνικές αλυσίδες για επενδύσεις και ανάληψη της διοίκησης γνωστών ελληνικών ξενοδοχείων είναι μια καλή ευκαιρία για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων. Ένα παράδειγμα είναι η ανάθεση της διαχείρισης του Αστέρα της Βουλιαγμένης στην Starwood Hotels, η οποία ανακαίνισε ορισμένες μονάδες του συγκροτήματος και δημιούργησε συνεδριακό κέντρο.
- Η αύξηση του παγκόσμιου βιοτικού επιπέδου. Θετικό στοιχείο που προϋποθέτει τη συνέχιση της δυναμικής πορείας του τουρισμού είναι η αύξηση του βιοτικού επιπέδου παγκοσμίως. Στοιχείο που έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση τουριστικών δαπανών με μεγαλύτερους ρυθμούς.

- Η επέκταση της τουριστικής περιόδου. Με τη συνεχή αύξηση του εσωτερικού τουρισμού επιμηκύνεται το διάστημα της τουριστικής περιόδου, που αρχικά ήταν από τον Ιούλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, και καταπολεμάται η εποχικότητα της τουριστικής ζήτησης.
- Ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού. Καθώς επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος αναπτύσσεται και ο χειμερινός τουρισμός. Τα ηπειρωτικά συγκροτήματα, τα καταφύγια τουριστικού κάλους και η δημιουργία αθλητικών δραστηριοτήτων στις δασώδεις περιοχές συντέλεσαν στην επέκταση του τουρισμού και τον χειμώνα.
- Ειδικό χωροταξικό σχέδιο για τον τουρισμό. Ο συνεχής εμπλουτισμός και εκσυγχρονισμός του χωροταξικού σχεδίου αποτελεί βασικό συντελεστή για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού τα επόμενα έτη. Το ειδικό πλαίσιο χωροταξικού σχεδιασμού για τον τουρισμό αφορά την περίοδο 2008-2023. Στο πλαίσιο αυτό, ο εθνικός χώρος κατηγοριοποιείται σε περιοχές λιγότερο και περισσότερο ανεπτυγμένες τουριστικά. Ωστόσο υπάρχουν ειδικές ρυθμίσεις που αφορούν τις μητροπολιτικές περιοχές, τις παράκτιες περιοχές, τις νήσους, τις ορεινές, τις πεδινές και ημιορεινές περιοχές, τις περιοχές του δικτύου Natura 2000 και λοιπές περιοχές περιβαλλοντικής ευαισθησίας, τους παραδοσιακούς οικισμούς και τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία. Πιο συγκεκριμένα επικεντρώνεται στις «σύνθετες και ολοκληρωμένες τουριστικές υποδομές μεικτής χρήσεως».

6.3 ΕΙΔΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΣ ΜΕΛΕΤΗ

Παγκόσμια γεγονότα όπως τρομοκρατικές επιθέσεις, φυσικές καταστροφές, μεταδοτικές αρρώστιες, πανδημίες αλλά και άλλες δυσμενείς οικονομικές συνθήκες επηρεάζουν κατά βάση την πραγματοποίηση ταξιδιών σε μακρινούς προορισμούς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την άσκηση επιρροής στο τουριστικό ρεύμα των ΗΠΑ προς την Ευρώπη, αλλά και της Κίνας. Η επίδραση τους όμως δεν είναι ένα επιφανειακό περιστατικό ενός έτους, αλλά μπορεί να έχει σημαντικές και ίσως

μόνιμες επιπτώσεις σε μακροχρόνιο ορίζοντα. Για αυτό κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί η συμβολή τους στις τουριστικές τάσεις.⁶⁵

6.3.1 Οικονομική κρίση

Η παγκόσμια οικονομική κρίση επηρεάζει το σύνολο των χωρών και περιοχών του πλανήτη. Με βάση τα στοιχεία της τελευταίας έκθεσης του Ινστιτούτου Τουριστικών Μελετών και Προβλέψεων και στην Ελλάδα αλλά και σε άλλους μεσογειακούς προορισμούς ο τουρισμός έχει σημειώσει αρνητική πορεία. Τα πρώτα σημάδια της κρίσης άρχισαν να φαίνονται στις αρχές της δεκαετίας του 90. Οι παράγοντες από τους οποίους προκλήθηκε η κρίση είναι εσωτερικοί, όπως η πολιτική της δραχμής, αλλά και εξωτερικοί, όπως η μείωση των αεροπορικών ναύλων και η ανάδειξη νέων φθηνών προορισμών. Αυτό επέφερε ως αποτέλεσμα την στροφή στις ανακαινίσεις και στους εκσυγχρονισμούς προκειμένου να αντιμετωπιστεί ο διεθνής ανταγωνισμός.⁶⁶

Όσον αφορά στις προβλέψεις του Διεθνή Οργανισμού Τουρισμού για τα επόμενα έτη αλλά και μέχρι το 2020 ο αριθμός των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών θα είναι αρκετά χαμηλός. Η μείωση των τουριστικών αφίξεων σε όλες τις περιοχές επιβεβαιώνεται και από τη γεωγραφική διάρθρωση. Αρχικά προβλεπόταν ότι οι παγκόσμιες αφίξεις τουριστών θα αγγίξουν το 1,5 δισεκατομμύριο ενώ το 2009 οι προβλέψεις έδειξαν ότι το 2020 οι τουρίστες θα φτάσουν το 1,4 δισεκατομμύριο. Μεγάλη πτώση στις τουριστικές αφίξεις προβλέπεται να έχουν οι χώρες της Ασίας, της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.⁶⁷

Η παγκόσμια οικονομική κρίση άγγιξε και τους περιφερειακούς τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Πιο συγκεκριμένα οι αεροπορικές αφίξεις των Γερμανών και των Άγγλων στην Κρήτη μειώθηκαν κατά 10,3 για την περίοδο Ιανουάριος – Οκτώβριος 2009. Αποτέλεσμα της πτώσης αυτής ήταν η μείωση των εσόδων κατά 20% και άνω. Ωστόσο στην ίδια περίοδο υπήρξε μείωση αφίξεων και στα Ιόνια Νησιά του ποσοστού 8,9%. Στην Αθήνα οι αεροπορικές αφίξεις μειώθηκαν κατά 7,1% και η μέση πληρότητα μειώθηκε κατά 13,62% στα ξενοδοχεία 5 αστέρων.

⁶⁵ Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών & Μελετών & Ερευνητική Μονάδα Τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας.(2010). *Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων*. Τόμος 3. Τεύχος 2. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: <http://www.atiner.gr/atem/ATEM-03.pdf> την 1/12/2011

⁶⁶ Βλέπε παραπομπή 53

⁶⁷ Βλέπε παραπομπή 64

Ωστόσο μείωση δέχτηκαν κατά 9,26% και 9,25% τα ξενοδοχεία 4 αστέρων και 3 αστέρων αντίστοιχα. Τέλος, ανάλογη ήταν και η πορεία στα έσοδα τους που σημείωσε πτώση της τάξεως 20%.⁶⁸

Συμπερασματικά βάσει των στοιχείων του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων παρατηρείται μια κάμψη στα οικονομικά στοιχεία των ξενοδοχειακών μονάδων για το 2008. Η κάμψη αυτή αναφέρεται όσον αφορά σε κάποιες μονάδες σε μείωση των ρυθμών αύξησης για κάποια στοιχεία τους και σε κάποιες άλλες μονάδες σε μείωση των ίδιων των στοιχείων.

Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν μερικά από τα μέτρα που πήρε η πολιτεία για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση.

Τα οικονομικά αποτελέσματα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αναμένεται επομένως να διαμορφωθούν σε ακόμη χαμηλότερα επίπεδα για τα επόμενα έτη.⁶⁹

6.3.2 Τιμή πετρελαίου

Μια σημαντική μεταβλητή που καθορίζει τον αριθμό των ταξιδιών, κυρίως τις αερομεταφορές, είναι η τιμή του πετρελαίου, καθώς αυτή επηρεάζει το κόστος που απορροφά ο τουρίστας. Ανάλογα με την απόσταση του διανυόμενου ταξιδιού, διαμορφώνεται και το κόστος του εισιτηρίου. Το γεγονός της επιρροής αυτής επιβεβαιώνεται από το ότι τα 2/3 των τουριστών ταξιδεύουν αεροπορικά. Η τιμή του πετρελαίου μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως ένας δείκτης μέτρησης του κόστους όλων των τουριστικών υπηρεσιών, διότι εξαρτώνται από την τιμή του πετρελαίου.

Συγκρίνοντας την παγκόσμια τουριστική κίνηση με την ελληνική η επίδραση δεν είναι ισόποση. Όταν ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται κατά 10% ο ελληνικός τουρισμός αυξάνεται κατά 8,8%. Επομένως η μη αναλογική αύξηση του τουρισμού είναι εμφανής.

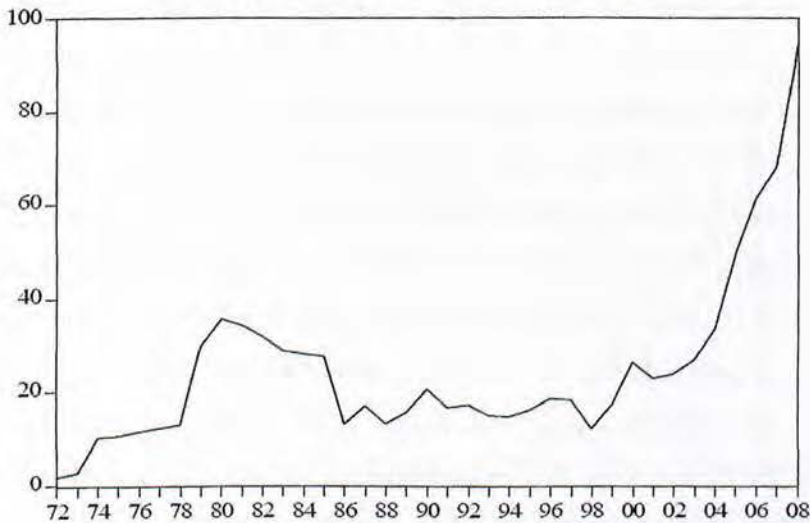
Όπως παρατηρείται στο παρακάτω διάγραμμα η πορεία της τιμής του πετρελαίου από το 1972 έως το 2008 έχει γενικά αυξητική τάση. Ωστόσο υπήρξε μια ροή ετών που χαρακτηρίστηκε από μεταβαλλόμενες τιμές στο πετρέλαιο, που

⁶⁸ Βλέπε παραπομπή 53

⁶⁹ Βλέπε παραπομπή 55

επηρεάστηκαν και από οικονομικούς και μη οικονομικούς λόγους. Πιο συγκεκριμένα από τα μέσα του 1980 οι τιμές του πετρελαίου πέφτουν σταθερά μέχρι το τέλος του εικοστού αιώνα. Ωστόσο η τιμή του πετρελαίου καθορίζει σημαντικά την ελλαδική τουριστική κίνηση. Μια αύξηση της τιμής του πετρελαίου κατά 10% οδήγησε σε πτώση στις αφίξεις κατά 0,83%. Το 2007 ο μέσος όρος της τιμής που έλαβε το πετρέλαιο διαμορφώθηκε στα 72 δολάρια, ενώ το 2008 στα 99 δολάρια. Αυτή η αύξηση της τιμής του πετρελαίου μεταφρασμένη σε ποσοστό 38%, είχε σαν αποτέλεσμα την πτώση των τουριστικών αφίξεων κατά 2,5% για το 2008.

Διάγραμμα 20: Τιμές πετρελαίου 1972 - 2008



Πηγή: Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών & Μελετών & της Ερευνητικής Μονάδας Τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας

Από ότι συμπεραίνεται, η τιμή του πετρελαίου μπορεί να εξηγήσει το λόγο που μεταβάλλονται οι τουριστικές αφίξεις. Η Ελλάδα δεν αναπτύσσεται με τους ίδιους ρυθμούς που αυξάνεται το παγκόσμιο τουριστικό ρεύμα. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα δεν απορροφά τουριστικό ρεύμα από την παγκόσμια τουριστική κίνηση. Μερίδιο ευθύνης σε αυτό φέρουν και οι αρμόδιες αρχές τουριστικής πολιτικής με την ανάλογη στρατηγική που ακολουθούν. Για παράδειγμα, αν οι αρμόδιες αρχές ακολουθήσουν μια πολιτική πιο αποδοτική όσον αφορά την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας, καθώς και της προβολής αυτών, η Ελλάδα μπορεί να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο στην παγκόσμια τουριστική αγορά.⁷⁰

⁷⁰Βλέπε παραπομπή 63.

6.3.3 Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν - Απασχόληση

Η σημασία του τουρισμού αποδεικνύεται από το ποσοστό συμμετοχής της τουριστικής οικονομίας στο ΑΕΠ. Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ανέρχεται στο 18,2%. Ο εμπορικός τουρισμός επιφέρει έσοδα, με βάση τα οποία η Ελλάδα κατατάσσεται στην 10η θέση. Όσον αφορά στην ανταγωνιστικότητα το 2005 η Ελλάδα βρισκόταν στην 24η θέση.

Το ΑΕΠ που αντιστοιχεί σε κάθε κάτοικο και προέρχεται από τον τουρισμό ανέρχεται σε ποσοστό του ύψους 6,1%, ενώ από τις τουριστικές εισπράξεις στο σύνολο τους, αντιστοιχούν περισσότερα από 1.200 δολάρια. Επίσης, σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στον τομέα της απασχόλησης. Η οικονομία δημιουργεί μια θέση εργασίας για κάθε θέση που απασχολείται στον τουρισμό. Για το 2005 ο τουρισμός απασχολούσε περίπου 838.250 άτομα, το οποίο αντιστοιχεί στο 19,1% της συνολικής απασχόλησης. Μια θέση εργασίας στον τουρισμό ανοίγει με κάθε 30 αφίξεις και ανάλογα με το πόσο παραγωγικός είναι ο κάθε κλάδος του τουρισμού. Αυτή η θέση μεταφράζεται σε 1,9 θέσεις εργασίας στο σύνολο της τουριστικής οικονομίας. Το 2006 οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 7,45%, το οποίο δημιούργησε περίπου 31.780 θέσεις εργασίας, λαμβάνοντας υπόψη τη παραγωγικότητα ανά άφιξη σταθερή. Ερμηνεύοντας αυτόν τον αριθμό σε ποσοστό ανέργων αντιστοιχεί περίπου στο 6,8% του 2005.

Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση στην Ελλάδα το 2006 ήταν από τις υψηλότερες αν συγκριθεί με τα αντίστοιχα μεγέθη στην Ισπανία, στην Πορτογαλία, στην Κύπρο, στην Αυστρία και στην Κροατία.

Η σταθερή αύξηση του τουρισμού της Ελλάδας αποδεικνύεται και από τη δυναμικότητα της. Το 2007 διέθετε 9.207 ξενοδοχειακές μονάδες με 700.933 κλίνες. Πάρα ταύτα όμως, υπάρχουν περιφερειακές ανισότητες και στην κατανομή μονάδων και κλινών καθώς και στην ποιότητα αυτών. Ωστόσο προβλήματα υπάρχουν και στο επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρονται, στις υποδομές πρόσβασης και τοπικής κυκλοφορίας καθώς και στις υποδομές στάθμευσης.⁷¹

⁷¹ Οικονομία. (2008). "Η συμβολή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. και στην απασχόληση". *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_1_31/12/2008_297695 την 8/1/2012.

Ο τουρισμός θα παίξει καθοριστικό ρόλο προκειμένου η Ελλάδα να βγει από την οικονομική κρίση. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της McKinsey που διεξήχθη για τον Σύνδεσμο Ελλήνων Βιοτεχνών και της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, αν αυξηθεί ο τουρισμός μπορούν να δημιουργηθούν μέχρι και 220.000 νέες θέσεις εργασίας. Οι εκτιμήσεις ωστόσο δείχνουν ότι μέχρι το 2021 ο τουρισμός θα ξεπεράσει το 1/5 του ΑΕΠ. Το ποσοστό αυτό αύξησης μπορεί να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας κατά 44%, το οποίο μεταφράζεται σε συνολική ανάπτυξη της χώρας του ποσοστού 36%.⁷²

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα προβλήματα που συναντώνται στον ξενοδοχειακό κλάδο έχουν άμεση επίδραση και καθοριστικό ρόλο στην αύξηση του τουρισμού. Προβλήματα από τα οποία εξαρτάται η εικόνα του τουριστικού προϊόντος είναι η εξάρτηση από τους tour operators, η χαμηλή εξειδίκευση του προσωπικού, η προσέλευση τουριστών χαμηλής και μεσαίας εισοδηματικής τάξης, ο κορεσμός των δημοφιλών προορισμών, οι αδυναμίες στο χωροταξικό πλαίσιο, η έντονη εποχικότητα τους θερινούς μήνες. Μέσα σε αυτά τα προβλήματα ανήκουν το υψηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών εκτός ξενοδοχείου, οι ανεπαρκείς υποδομές, ο ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες, η ανεξέλεγκτη δημιουργία μικρών ξενοδοχειακών ή παρεμφερών μονάδων καθώς και το φαινόμενο της παράνομης λειτουργίας μερικών από αυτές.

Τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα με την Hellstat, οι τάσεις που σημειώνονται δείχνουν ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες ακολουθούν πιο ορθή δομή. Αυτό δικαιολογείται από την έξοδο των πολύ μικρών μονάδων σε συνδυασμό με τη ενθάρρυνση δημιουργίας ξενοδοχειακών είτε μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες. Με βάση την Hellstat, ο κλάδος παρουσιάζει δείγματα ανάπτυξης και προόδου δημιουργώντας εναλλακτικές μορφές τουρισμού μέσα στο έτος. Επιπλέον, αναφέρει μερικά ακόμη μέτρα για την εξομάλυνση της τουριστικής κίνησης όπως, το νέο χωροταξικό πλαίσιο, τον ανταγωνισμό στις αεροπορικές μεταφορές, την προβολή του φυσικού πλούτου της χώρας μέσω κονδυλίων καθώς και την κατασκευή νέων

⁷² Οικονομία. (2011). Για αφίξεις και έσοδα. "Ανοδική η πορεία του τουρισμού το 2011". *Το Έθνος*. Ανακτήθηκε από την <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=63595406> την 27 Δεκεμβρίου.

υποδομών σε όλη την χώρα. Στόχος αυτών των μέτρων αποτελεί η διαμόρφωση ενός πλέγματος που θα στηρίζει τον τουρισμό σε αυτή τη δύσκολη οικονομική κρίση.⁷³

7.1 ΤΑΣΕΙΣ

Τα τελευταία χρόνια τα εισοδηματικά κλιμάκια αυξάνουν τη ζήτηση για κατανάλωση τουριστικών υπηρεσιών. Ωστόσο η ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών επηρεάζεται από εύρος παραγόντων. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι τα δημογραφικά και κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά των τουριστών, τα κίνητρα τους, η χώρα προέλευσης τους, το επίπεδο εισοδήματος τους, οι προσδοκίες, η εικόνα που έχουν διαμορφώσει για τον τουριστικό προορισμό και η ικανοποίηση που λαμβάνουν από την αντίστοιχη προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών. Επιπλέον μεγάλο ποσοστό επιρροής ασκεί το συνολικό τουριστικό κύκλωμα, εννοώντας τις τιμές των τουριστικών προϊόντων, τον αριθμό των αφίξεων των τουριστών, τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, τον τύπο και τις υπηρεσίες των καταλυμάτων, τα μεταφορικά μέσα και τη συναλλαγματική ισοτιμία. Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων, τόσο οι νέες τάσεις της τουριστικής αγοράς όσο και οι συνεχείς εξελίξεις στο τουριστικό κλάδο, όπως είναι η αλλαγή στο καθεστώς των αερομεταφορών, τα νέα κανάλια διανομής και η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών μεταβάλλουν την ζήτηση και σε ποιοτικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος, από το 2001 και μετά οι τουριστικές εισπράξεις, συνεχώς αυξάνονται σε εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, σε αντίθεση με τις τουριστικές αφίξεις που παρουσιάζουν μεταβολή στην ελληνική τουριστική κίνηση από ότι στην ευρωπαϊκή και στην παγκόσμια. Πιο συγκεκριμένα η ευρωπαϊκή και η παγκόσμια τουριστική κίνηση είναι κυρίως θετική, ενώ η ελληνική τουριστική κίνηση από το 2002-2004 ήταν αρνητική. Ωστόσο οι Ολυμπιακοί Αγώνες σημείωσαν αύξηση τουριστικής κίνησης για το 2005 αλλά και αύξηση των διανυκτερεύσεων με εξαίρεση το 2008 που σημειώθηκε έντονη κάμψη εξαιτίας της διεθνούς οικονομικής κρίσης.

Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση του Ινστιτούτου Τουριστικών Μελετών και Προβλέψεων το 2009 συνεχίστηκε η αρνητική πορεία των τουριστικών μεγεθών τόσο για την Ελλάδα όσο και για όλους τους ανταγωνιστικούς ευρωπαϊκούς -

⁷³ Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος. "Ανάλυση αγοράς 2009, Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις, Προβλήματα - Προοπτικές". Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα http://www.hellastat.com/resources/hotels_el2.pdf την 29/9/09.

μεσογειακούς προορισμούς. Στην Αθήνα οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 7,1%. Γεγονός που είχε αντίκτυπο γενικότερα σε μειώσεις είτε στα οικονομικά στοιχεία των τουριστικών επιχειρήσεων, είτε και μειώσεις στους ρυθμούς αύξησης κάποιων από τα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων. Το 2012 αλλά και τα επόμενα έτη αναμένονται να είναι δύσκολα για τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, καθώς έχουν να αντιμετωπίσουν την μειωμένη τουριστική κίνηση, η οποία προέρχεται από τις πολιτικοοικονομικές συνθήκες που βιώνει η χώρα. Επομένως οι ξενοδοχειακές μονάδες καλούνται να διαχειριστούν την αρνητική οικονομική κατάσταση, η οποία ήδη έχει κάνει εμφανή τα σημάδια επιρροής της.⁷⁴

7.2 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Ο τουρισμός ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία συνεισφέρει σταθερά περισσότερο από 16% στο ΑΕΠ, απασχολεί το 19% του εργατικού δυναμικού της χώρας και καλύπτει το 1/3 του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.⁷⁵

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού για το 2020 δίνει προβλέψεις με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων του ύψους 4,1%. Αν συνυπολογιστούν οι τελευταίες τάσεις στην τουριστική αγορά υπάρχουν σημαντικές αλλαγές και στην ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών αλλά και στην προσφορά τους. Με βάση τη ζήτηση οι αλλαγές ευνοούν:

- πιο συχνά ταξίδια αλλά με λιγότερες διανυκτερεύσεις,
- την ανάπτυξη νέων προορισμών,
- την ευρεία χρήση του διαδικτύου, από τους πελάτες, για την επιλογή πακέτου διακοπών προσαρμοσμένο σε ατομικές ανάγκες και επιθυμίες,
- τα ναύλα χαμηλού κόστους,
- τον επιθετικό ανταγωνισμό μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών, το οποίο οδηγεί σε μείωση τιμών και
- την ενδυνάμωση του ξενοδοχειακού προϊόντος <<all-inclusive>> ως μία σύγχρονη τάση στην τουριστική βιομηχανία.

⁷⁴ Βλέπε παραπομπή 53.

⁷⁵ Επικαιρότητα. (2011) "Στο 20% του ΑΕΠ μπορεί να φτάσει η συνεισφορά του τουρισμού έως το 2021", *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε από http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathbreak_1_20/09/2011_407177 στις 20 Σεπτεμβρίου.

Με βάση την προσφορά και δεδομένου ότι ο τουρισμός θα συνεχίσει να αναπτύσσεται με σημαντικούς ρυθμούς στα επόμενα έτη οι αλλαγές αφορούν:

- στη συνεχή τάση συγκέντρωσης των μεγάλων τουριστικών οργανισμών μέσω συγχωνεύσεων, εξαγορών και συνεργιών σε παγκόσμιο επίπεδο
- στην ένταση του φαινομένου δημιουργίας τουριστικών επιχειρηματικών αλυσίδων υψηλής ποιότητας,
- στην ανάπτυξη μικρών εταιρειών διαχείρισης σε τοπικό επίπεδο που θα προβάλλουν τα πλεονεκτήματα των τουριστικών προορισμών,
- στην περαιτέρω ανάπτυξη των σημάτων ποιότητας που χαρακτηρίζουν σε μεγάλο βαθμό την τουριστική ταυτότητα του εκάστοτε προορισμού και
- στην ανάπτυξη νέων συστημάτων πωλήσεων μέσα στην επόμενη δεκαετία, στα πλαίσια της διαφοροποίησης της λειτουργίας των ταξιδιωτικών οργανισμών.⁷⁶

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο κλάδος εκτιμάται το 2019 να καλύπτει το 7,4% του συνολικού ΑΕΠ της Ελλάδας. Η σχετική ζήτηση το 2019 θα διαμορφωθεί στο ύψος των €76,1 δισεκατομμυρίων, από 41,7 που ήταν το 2009. Οι επενδύσεις στον κλάδο για το 2019 εκτιμούνται σε ύψος 11,3 δισεκατομμυρίων καλύπτοντας το 14,7% των επενδύσεων στη χώρα, όταν το 2009 ήταν στα 5,8 δισεκατομμυρίων ευρώ και κάλυπταν σε ποσοστό το 14,3% στο σύνολο των επενδύσεων της χώρας. Το μέγεθος της απασχόλησης του τουριστικού τομέα για το 2009 ήταν σε 894.000 θέσεις εργασίας, συμβάλλοντας κατά 19,6% στο σύνολο της απασχόλησης. Το αντίστοιχο μέγεθος για το 2019 προβλέπεται ότι θα διαμορφωθεί σε 1.203.000 θέσεις εργασίας που αναλογεί σε ποσοστό 20,2% της συνολικής απασχόλησης.⁷⁷

7.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η Fast Future Research πραγματοποίησε μια έρευνα για την Amadeus, με όνομα Hotels 2020: Beyond Segmentation. Η έρευνα αυτή αποσκοπεί στην απεικόνιση μιας διαφορετικής νοοτροπίας και στην ικανοποίηση των απαιτήσεων των μελλοντικών επισκεπτών των ξενοδοχείων. Η νοοτροπία αυτή αναφέρεται σε μια

⁷⁶ Βλέπε παραπομπή 53

⁷⁷ Ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας ο τουρισμός. (2009) *Xenianews*. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα http://www.xenia.gr/downloads/taktikes-ekdoseis/xenianews_17.pdf στις 12/7/2010.

εποχή εικονικής πραγματικότητας, σε ένα ανταποδοτικό περιβάλλον με τη χρήση των ρομπότ. Προκειμένου η έρευνα αυτή να λάβει πραγματική διάσταση απαιτείται οι πελάτες των ξενοδοχείων να έχουν πιο εξατομικευμένες απαιτήσεις, να ζητούν περισσότερη άνεση και καινούργιες ιδέες. Τέλος, η έρευνα εστιάζει στα νέα μοντέλα ξενοδοχείων. Αυτά τα ξενοδοχεία συνεργάζονται με μεγάλες αλυσίδες και η είσοδος επιτρέπεται μόνο με πρόσκληση. Καινοτομία θα αποτελέσουν και τα ξενοδοχεία white-label και τα ξενοδοχεία catch-all, τα οποία θα παρέχουν υπηρεσίες διαμονής από οικονομικά ξενοδοχεία ενός αστεριού μέχρι έξι αστεριών. Η έρευνα πιο αναλυτικά έδειξε:

1. Οι επισκέπτες θα μπορούν να εξατομικεύουν κάθε πλευρά της εμπειρίας διαμονής, δηλαδή θα μπορούν να διαμορφώσουν τις ταξιδιωτικές παροχές ανάλογα με τις προσωπικές τους προτιμήσεις συμπεριλαμβάνοντας την τεχνολογία, τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες, τα δωμάτια, το ταξίδι, τις τιμές και την επικοινωνία.

2. Το ξενοδοχείο του μέλλοντος θα είναι πιο προσωπικό, συνδεδεμένο και ανταποδοτικό, δηλαδή θα καλύπτουν πιο εξειδικευμένες απαιτήσεις και ανάγκες κατά την κράτηση ή κατά την άφιξη τους στο ξενοδοχείο. Οι απαιτήσεις αυτές θα καλύπτονται από πιο έξυπνα έπιπλα, περισσότερο προσωποποιημένη διατροφή και ανταποδοτικές τεχνολογίες, που κατανοούν δηλαδή νοητικές λειτουργίες.

3. Η διερεύνηση, οι προσδοκίες και η εφαρμογή σύντομα θα γίνουν μερικά από τα σημεία ορόσημα των επιτυχημένων ξενοδοχειακών Ομίλων, δηλαδή θα διεξάγεται ανάλυση S.W.O.T. που θα στοχεύει στα χαρακτηριστικά των επιτυχημένων αλυσίδων του μέλλοντος. Η ανάλυση θα περιλαμβάνει την εύρεση ικανότητας των ξενοδοχείων να εντοπίζουν τις ευκαιρίες και τους κινδύνους, να αναπτύσσουν αποτελεσματικές στρατηγικές και να εφαρμόζουν αλλαγές στα προγράμματα γρήγορα.

Πάνω σε αυτά τα ευρήματα η Amadeus έρχεται να προσθέσει την Amadeus Hotel Platform, που θα δώσει λύση στις συναλλαγές των ξενοδοχείων. Αυτή η πλατφόρμα είναι σχεδιασμένη γύρω από μια αναλυτική βάση δεδομένων και συνδυάζει συστήματα κεντρικών κρατήσεων, διαχείρισης ακινήτων και παγκόσμιας διανομής. Διατίθεται με τη γνωστή ονομασία Λογισμικό Μοντέλου Εξυπηρέτησης (SaaS). Ωστόσο η πλατφόρμα δίνει την δυνατότητα στους ξενοδόχους να παρέχουν πρωτοποριακές και νέες υπηρεσίες, να αποκτούν έσοδα και να αντιδρούν γρήγορα

στις αλλαγές της αγοράς και στις νέες τάσεις που δημιουργούνται από διαφορετικές συμπεριφορές και απαιτήσεις.⁷⁸

7.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, την καλύτερη απόδοση των ίδιων κεφαλαίων παρουσιάζουν, στο ξενοδοχειακό κλάδο, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις οι οποίες πετυχαίνουν πιο αποτελεσματική λειτουργία και διαχείριση. Η απόδοση των ίδιων κεφαλαίων για όλο τον κλάδο είναι αρνητική. Σε αυτό συνετέλεσε η χρηματοδοτική διάρθρωση, η οποία διαμορφώθηκε από τα χαρακτηριστικά του κλάδου αλλά και από την κρατική – τραπεζική πολιτική που ακολουθήθηκε έναντι του κλάδου. Το βασικό εμπόδιο της αναπτυξιακής πορείας του κλάδου ήταν και η ανεπάρκεια των κεφαλαίων αλλά και η κατευθυνόμενη διάρθρωση κεφαλαίων από την πλευρά του κράτους. Η εξάρτηση του τουριστικού προϊόντος από δανειακά κεφάλαια οδήγησε στην αύξηση χρηματοοικονομικών εξόδων και στη μείωση ανταγωνιστικότητας. Παράλληλα, η αύξηση του χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων των ξενοδοχειακών μονάδων σε συνδυασμό με τη μείωση του χρόνου πίστωσης των προμηθευτών μείωσε περισσότερο την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος.⁷⁹

Σημαντικά στοιχεία που συνιστούν την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος είναι η τιμή και το κόστος. Ωστόσο, η τιμή δεν αποτελεί από μόνη της το σημαντικότερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Κρίσιμος παράγοντας είναι η σχέση τιμής-ποιότητας. Συμπερασματικά ο τουρισμός πρέπει να βρει τη χρυσή τομή τιμής-ποιότητας ώστε να καταφέρει να είναι ανταγωνιστική. Χώρες όπως η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Κύπρος, που βρίσκονται σε καλύτερη θέση στη γενική κατάταξη ανταγωνιστικότητας από τη χώρα μας, κατέχουν τις πρώτες θέσεις στον ανταγωνισμό τιμών μεταξύ των ανταγωνιστριών χωρών. Από την άλλη προορισμοί όπως η Τουρκία και η Κροατία, τα τελευταία χρόνια προσφέρουν το ίδιο προϊόν με την Ελλάδα, παίρνοντας μερίδιο τουριστικής αγοράς από αγορές όπου απευθύνεται και το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Η Ελλάδα δεν μπορεί να ανταγωνιστεί με βάση το κόστος, παρά μόνο με βάση την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Με βάση

⁷⁸ Νέα μεγάλη έρευνα αποκαλύπτει το μέλλον των ξενοδοχείων και το νέο πρόσωπο των επισκεπτών των ξενοδοχείων. Ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα <http://www.amadeus.com/gr/x193986.html> την 24/12/2011.

⁷⁹ Βλέπε παραπομπή 63.

τα δημοσιεύματα του World Travel and Tourism Council, η Ελλάδα συγκρίθηκε με τους κυριότερους ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς, με βάση το δείκτη ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών και βρέθηκε για το 2007 στην 8^η θέση. Τα δημοσιεύματα των αποτελεσμάτων αυτής της σύγκρισης απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 17: Δείκτης ανταγωνιστικότητας τιμών στις τουριστικές υπηρεσίες (2007)

Θέση	Χώρα	Τιμή δείκτη
1 ^η	Τυνησία	90,68
2 ^η	Αίγυπτος	87,09
3 ^η	Τουρκία	84,77
4 ^η	Κροατία	84,17
5 ^η	Μάλτα	74,90
6 ^η	Κύπρος	71,51
7 ^η	Πορτογαλία	59,65
8 ^η	Ελλάδα	54,41
9 ^η	Ισπανία	54,28
10 ^η	Γαλλία	51,34
11 ^η	Ιταλία	47,06

Πηγή: World Travel Tourism Council / Travel & Tourism Economic Impact 2008- Greece

Ωστόσο αν συγκριθεί το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες, η ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από κορεσμό, μικρότερο μέγεθος των μονάδων, χαμηλό ποιοτικό κέντρο βάρους και υστερεί στη χρήση νέων τεχνολογιών. Το κυριότερο πρόβλημα είναι η έντονη εποχικότητα που έχει σαν αποτέλεσμα τον μειωμένο βαθμό χρήσης των ξενοδοχειακών κλινών. Από την άλλη το ελληνικό ξενοδοχειακό δυναμικό χαρακτηρίζεται από υπερπροσφορά κλινών, που αυξάνει το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.

Επιπλέον η Ελλάδα κρατάει χαμηλή την ανταγωνιστικότητα της εξαιτίας της μη εισαγωγής νέων τεχνολογιών. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat για το 2005, το 80% των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με πάνω από 10 εργαζόμενους, έχει δική του ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, ενώ ο μέσος όρος των ξενοδοχείων στην Ευρώπη που απασχολούν 25 άτομα, είναι 89%. Στο 80% συμπεριλαμβάνεται ένα 56% που αξιοποιεί τις νέες τεχνολογίες, όταν στην Ευρώπη το ποσοστό αυτό ήταν στο 61%. Όσον αφορά τη χρηστικότητα αυτών των ιστοσελίδων, μόνο οι μισές από αυτές στην

Ελλάδα παρέχουν πρόσβαση σε τιμοκαταλόγους. Τέλος, μόνο το 31% της τουριστικής αγοράς που απευθύνεται στην Ελλάδα κάνει κράτηση μέσω της ιστοσελίδας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος των κρατήσεων από την ιστοσελίδα φτάνει στο 35%. Επομένως έπρεπε να παρθούν μέτρα και να ευρεθούν διεξοδικές λύσεις για την αύξηση ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.⁸⁰

7.5 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό τελευταία έτη έχει επηρεάσει την παρατεταμένη κρίση της τουριστικής βιομηχανίας. Όμως, σύμφωνα με Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών του Πανεπιστημίου Αιγαίου, τα βαθύτερα αίτια της κρίσης σχετίζονται με τον τρόπο με τον οποίο η χώρα, η πολιτεία, η κοινωνία αλλά και οι πολίτες αντιμετωπίζουν τον τουρισμό. Σχετικά με την εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού, η υπάρχουσα κατάσταση είναι ασαφής. Για την ανάπτυξη του καλύτερου πλαισίου εφαρμογής μίας νέας στρατηγικής που στοχεύει στην τουριστική προβολή, θα πρέπει να γίνουν σαφή ορισμένα κρίσιμα στοιχεία που σχετίζονται με το καθαυτό προϊόν και αφορούν στη σύντομη απαξίωση του, στην άυλη φύση του, στην εξάρτησή του από τον ανθρώπινο παράγοντα, και τέλος στην ταυτόχρονη παραγωγή και κατανάλωσή του.

Σύμφωνα με το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων τα αναπτυξιακά προγράμματα της δεκαετίας του 1980 αναφέρονται σε ένα σύστημα κινήτρων (Ν. 1116/81, Ν. 1262/82) που είχε στόχο να πετύχει την αποκέντρωση και να δημιουργήσει νέα μικρά ξενοδοχεία, το οποίο οδήγησε μετέπειτα στην «παραξενοδοχεία». Τα αναπτυξιακά προγράμματα της δεκαετίας του 1990 καταλήγουν σε μια κατακερματισμένη παρέμβαση σε περιφερειακό επίπεδο, με αποτέλεσμα να μην καθίσταται σίγουρη η συμβολή τους στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην τουριστική ανάπτυξη. Ο νέος αναπτυξιακός νόμος (1892/90), αν και βελτιώθηκε σημαντικά ως προς τα κίνητρα του προηγούμενου, ήταν δύσκολο να επιτύχει τουριστική ανάπτυξη χωρίς να συνδυάσει μια γενικότερη πολιτική. Ο νόμος 2234/94 τροποποίησε και συμπλήρωσε άρθρα του 1892/90, με τα οποία έλαβε μια πιο ρεαλιστική πολιτική κινήτρων που δημιούργησαν τις Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης, προκειμένου να ελέγχουν την επιθυμητή ανάπτυξη. Μερικοί

⁸⁰ Βλέπε παραπομπή 53.

από τους στρατηγικούς στόχους της ελληνικής τουριστικής πολιτικής των περιοχών αυτών, ήταν η ενίσχυση της παραγωγικής τους βάσης, η ισόρροπη ανάπτυξη, η υιοθέτηση των αρχών της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, η επίτευξη ανταγωνιστικότητας και η ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η πολιτική αυτή παρέμεινε διαχρονικά αμετάβλητη. Αυτό είχε ως επακόλουθο, το ελληνικό τουριστικό προϊόν να μην είναι ανταγωνιστικό και να έχουν δημιουργηθεί πολλά τουριστικά προβλήματα που καθιστούν δυσχερή την αποτελεσματικότητα των μέτρων της τουριστικής πολιτικής. Για να υπάρξει εθνική τουριστική πολιτική θα πρέπει να καταρτιστεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, το οποίο να είναι ρεαλιστικό, υλοποιήσιμο και εναρμονισμένο με τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στον τομέα των μεταφορών, η χώρα ξεκίνησε με ένα προστατευτικό καθεστώς το οποίο σταδιακά απελευθέρωσε την αεροπορική αγορά και στη συνέχεια έγινε μέλος του Ενιαίου Ευρωπαϊκού Εναέριου Χώρου. Δυστυχώς η απελευθέρωση οδήγησε στην παραμονή της επιβατικής κίνησης στα μεγάλα αστικά κέντρα. Μέχρι σήμερα η χώρα δεν έχει εκμεταλλευτεί τις εταιρείες χαμηλού κόστους. Η ανάπτυξη αυτή θα μπορούσε να συνεισφέρει και στην προσβασιμότητα της κάθε περιοχής αλλά και στην αύξηση του παραγόμενου πλούτου. Επιπλέον, η γεωγραφική θέση της Ελλάδας καθιστά αναγκαία τη σύνδεση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης με αεροπορικά μέσα. Οι φορείς χάραξης της πολιτικής θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους όλα όσα αναφέρθηκαν με γνώμονα πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις ώστε να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της χώρας και να αυξηθεί η τουριστική κίνηση.

Παράλληλα παρατηρήθηκαν ελλείψεις στις υποδομές, στον τομέα της τεχνολογίας, σε σχέση με τους υπόλοιπους ευρωπαϊκούς τουρισμούς. Οι τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας έχουν αναδιοργανώσει και τον επαναπροσδιορίσει όλο το τουριστικό κύκλωμα και έχουν μεταβάλλει τη δομή και τρόπο λειτουργίας της τουριστικής βιομηχανίας. Χρησιμοποιώντας και αξιοποιώντας τις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας δημιουργούνται νέα κανάλια διανομής διαφοροποιώντας και μειώνοντας το κόστος μεταξύ των επιχειρήσεων. Επιπλέον με τις τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας ενισχύεται η επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων, των οργανισμών που διαχειρίζονται τους προορισμούς αλλά και τις λεγόμενες αγορές – στόχους. Συνεπώς, οι τεχνολογίες πληροφορίας και επικοινωνίας καθορίζουν σε σημαντικό βαθμό την ανταγωνιστικότητα και την ευημερία των

τουριστικών επιχειρήσεων και των τουριστικών προορισμών. Το μοναδικό μειονέκτημα των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας είναι ότι έχει δημιουργήσει νέες δαπάνες για μάρκετινγκ, διανομή και διαδικτυακούς μεσάζοντες και επιπλέον το διαδίκτυο από μόνο του δεν θα μπορέσει να μειώσει τη διαπραγματευτική δύναμη των tour operators στην Ελληνική τουριστική βιομηχανία. Σύμφωνα με το Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών του Πανεπιστημίου Αιγαίου η εκπαιδευτική πραγματικότητα περνάει σταδιακά στην κοινωνία της γνώσης από την κοινωνία της πληροφορίας. Στη νέα τουριστική πραγματικότητα του διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας, όσον αφορά στις υπηρεσίες που προσφέρονται, οι διαδικασίες επαναπροσδιορίζονται προκειμένου να ενισχυθεί η αποδοτικότητά τους. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι ενστερνίζονται έναν πιο ενεργό ρόλο που θα αναδειξεί τα προσόντα τους και θα δικαιολογεί τα πακέτα αμοιβής και παροχών τους. Ωστόσο προς αυτή την κατεύθυνση πρέπει να κινηθεί και η τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση.

Τέλος, όσον αφορά στις σχέσεις παροχών και συστήματος διανομής το διεθνές σύστημα διανομής στον τουρισμό περιλαμβάνει τα κανάλια διανομής που συνθέτουν νέα τουριστικά προϊόντα, αναπτύσσουν δράσεις προώθησης, πληροφορούν τους υποψήφιους τουρίστες και πράττουν τις απαραίτητες ενέργειες για την πραγματοποίηση των κρατήσεων και των πληρωμών.⁸¹

Ο ελληνικός τουρισμός για να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά του και να αναβαθμίσει τη θέση του στην παγκόσμια αγορά θα πρέπει να εκμεταλλευτεί τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα, να εμπλουτίσει το τουριστικό προϊόν και να διευρύνει την τουριστική περίοδο.

Για το σκοπό αυτό εκπονήθηκε μια έρευνα από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων προκειμένου να προσδιοριστούν τα πεδία όπου απαιτούνται αλλαγές και στη συνέχεια να προταθούν λύσεις για αυτά.

Δυο ήταν οι δέσμες που πρότεινε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων που θα μπορέσουν να συνεισφέρουν περισσότερο στον τουρισμό. Η πρώτη δέσμη αφορά το διάστημα 2012-2014 και η δεύτερη 2015-2021. Το προτεινόμενο Στρατηγικό Σχέδιο που παρουσιάζεται στην παρούσα μελέτη στηρίζεται σε έξι άξονες δράσης στη διαφοροποίηση του συνολικού τουριστικού

⁸¹ Βλέπε παραπομπή 55

προϊόντος, την αναβάθμιση της ποιότητας, τον εμπλουτισμό, την εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την προώθηση και την προβολή της χώρας με νέα εργαλεία και σύγχρονες μεθόδους, και τον εκσυγχρονισμό των δομών της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών άσκησης της τουριστικής πολιτικής.

Η πρώτη δέσμη περιλαμβάνει τα εξής μέτρα:

1. Μείωση του ΦΠΑ στο 6,5% για το συνολικό εξαγόμενο τουριστικό πακέτο, (από το 9%-10% που είναι σήμερα) το οποίο θα προκαλέσει αύξηση στις αφίξεις κατά 6%-9%.
2. Μείωση του ΦΠΑ στις μεταφορές στο 6,5% και στην εστίαση στο 13%.
3. Μείωση του φόρου αεροδρομίων από 12 σε 6 Ευρώ για εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης και από 22 σε 11 Ευρώ για εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, το οποίο θα προσελκύσει νέες αεροπορικές εταιρίες και θα αυξήσει την χωρητικότητα των υπαρχόντων.
4. Δημιουργία κίνητρων που θα δίνουν μεγαλύτερη ευελιξία στις εργασιακές σχέσεις, όπως πρόσληψη μέσω εκπτώσεων στις εργοδοτικές εισφορές, με σκοπό την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και την αύξηση της απασχόλησης.
5. Ταχύτερη και φθηνότερη χορήγηση Visa Schengen καθώς επίσης πολλαπλές θεωρήσεις και συνεργασία με τους tour operators και με περισσότερα visa centers.
6. Δημιουργία εταιρείας μάρκετινγκ με τη σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, το οποίο θα βοηθήσει και στην περαιτέρω προβολή του τουριστικού προϊόντος με διάφορες μεθόδους.

Η δεύτερη δέσμη προτάσεων είναι πιο μακροπρόθεσμη και περιλαμβάνει τα εξής μέτρα:

1. Εισαγωγή ενός απλού, σταθερού και ελκυστικού φορολογικού συστήματος, το οποίο θα παραμείνει αμετάβλητο για τουλάχιστον 5-10 χρόνια.
2. Βελτίωση του υπάρχοντος αναπτυξιακού νόμου σε φορολογικά κίνητρα, που να δίνει προτεραιότητα στις επενδύσεις τουριστικής υποδομής, στα υψηλής ποιότητας projects και στον εκσυγχρονισμό των υφισταμένων.
3. Μείωση της γραφειοκρατίας.

4. Ολοκλήρωση του ειδικού χωροταξικού για το τουρισμό με την ανάπτυξη τουριστικών επενδύσεων υψηλής ποιότητας και ανταγωνιστικότητας.
5. Λειτουργία των αεροδρόμιων και των λιμανιών με ιδιωτικό μάνατζμεντ και ελκυστικό κόστος.
6. Δημιουργία ανώτατων τμημάτων τουριστικών σπουδών και διοίκησης και βελτίωση του επιπέδου των κρατικών τουριστικών σχολών. Παράλληλα, ενθάρρυνση της λειτουργίας περισσότερων ιδιωτικών τουριστικών σχολών υψηλού επιπέδου.
7. Visa Schengen πολλαπλών εισόδων σε όσους αγοράζουν τουριστική κατοικία στην Ελλάδα.⁸²

⁸² ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. (2011). Ανδρεάδης, Α. “Η Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ μέχρι το 2021 μπορεί να φτάσει τα 50 δισ. Ευρώ”, στο *Economist*. Ανακτήθηκε από <http://news.travelling.gr/2011/09/%CF%83%CE%B5%CF%84%CE%B5%CE%B7%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5%CE%B9%CF%83%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%B1%CE%B5/> στις 8/1/2012.

ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 1

ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

ΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	ΓΕΝΙΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ	ΑΜΕΣΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ
2004	0,71	0,64
2005	0,74	0,66
2006	0,76	0,71
2007	0,80	0,75
2008	0,94	0,87

ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 2

ΔΕΙΚΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

ΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣ ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΥΠΕΡΧΡΕΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΑΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ ΤΟΚΩΝ
2004	0,48	3,85	0,25	1,61
2005	0,51	2,61	0,24	2,22
2006	0,55	3,86	0,23	1,46
2007	0,57	3,40	0,25	1,12
2008	0,49	1,31	0,35	1,09
ΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΧΕΣΕΩΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΧΡΗΜ/ΣΗΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΑΘΜΟΥ ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗΣ	ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΥΤΟΧΡ/ΗΣ
2004	0,42	0,65	0,68	0,13
2005	0,45	0,66	0,71	0,16
2006	0,45	0,64	0,71	0,15
2007	0,45	0,65	0,70	0,18
2008	0,38	0,55	0,70	0,22

ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 3

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

ΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΠΕΝΔΕΔΥΜΕΝΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ
2004	-0,07	0,07
2005	-0,11	-0,06
2006	-0,11	-0,12
2007	-0,11	-0,01
2008	-0,14	0,18

ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ 4

ΔΕΙΚΤΕΣ ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΠΕΝΔΕΔΥΜΕΝΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

ΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ	ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ / ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ	ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ
2004	0,23	0,70	0,01	0,04
2005	0,18	0,75	-0,05	0,00
2006	0,21	0,72	-0,01	0,01
2007	0,25	0,69	0,03	0,02
2008	0,19	0,65	-0,05	0,01

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

1. Specisoft. (2009). Management – Οικονομικά. *Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης* (σελ 208). Αθήνα
2. Ευθυμιάτου – Πουλάκου, Α. (2006). *Επιτομή Τουριστικού Δικαίου*, εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα-Κομοτηνή.
3. Κάντζος, Κ. (2002) “Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων”, (Γ΄ Έκδοση), Interbooks, Αθήνα
4. Νιάρχος, Ν. (1997). “Χρηματοοικονομική ανάλυση λογιστικών καταστάσεων”, (Ε΄ έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη , Αθήνα- Πειραιάς

ΝΟΜΟΙ

- ΠΔ 43/2002 Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και προδιαγραφές αυτών, άρθρο 5, παρ. 4 (ΦΕΚ 201/Α)
- ΠΔ 43/2002 Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και προδιαγραφές αυτών, άρθρο 4, παρ. 2. (ΦΕΚ 201/Α)

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. Hellastat. Ξενοδοχειακός κλάδος. (2006). Ανάλυση κλάδου ξενοδοχείων. (29/9/2009), (<http://sup.kathimerini.gr/xtra/marketview/Meletes/doc/Mel1809063.doc>).
2. *Internet Center for Management and Business Administration Inc.* (2002-2010). Financial ratios.(14/4/2010). (<http://www.netmba.com/finance/financial/ratios>).
3. Loth, R. (2005). “Profitability Indicator Ratios: Return On Equity”. *Investopedia*. (14/10/2009), (http://en.wikipedia.org/wiki/Return_on_equity).
4. TÜV Rheinland. Αντίληψη του TÜV Rheinland για το έργο της κατάταξης των τουριστικών καταλυμάτων στην Ελλάδα. (28/3/2009), (http://www.tuv.com/gr/el/_tuev_rheinland_.html).
5. Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών & Μελετών & Ερευνητική Μονάδα Τουρισμού του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας.(2010). *Ελληνικός Τουρισμός: Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων*. Τόμος 3. Τεύχος 2. (1/12/2011) (<http://www.atiner.gr/atem/ATEM-03.pdf>).

14. Μπαμπλή, Χ. (2010). “Στρατηγικό σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2010-2015”. Διατμηματικό πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών στη διοίκηση επιχειρήσεων. Θεσσαλονίκη. (1/12/2011), (http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/14101/1/master+thesis_+%CE%9C%CF%80%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%BB%CE%AE+%CE%A7%CF%81%CF%85%CF%83%CE%AE_blank.pdf).
15. Νέα μεγάλη έρευνα αποκαλύπτει το μέλλον των ξενοδοχείων και το νέο πρόσωπο των επισκεπτών των ξενοδοχείων. (24/12/2011), (<http://www.amadeus.com/gr/x193986.html>).
16. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. *Κεφάλαιο 4: Η προσφορά του τουριστικού προϊόντος. Δομή του κλάδου.* (8/6/2010) (http://www.grhotels.gr/GR/xee/ITEP/DocLib2/%CE%97%20%CE%91%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%BD%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%20%CF%84%CE%BF%CF%85%20%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%20%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%20%CE%A4%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CE%B1/12_%CE%9A%CE%95%CE%A6%CE%91%CE%9B%CE%91%CE%99%CE%9F_04.pdf).
17. Οι δέκα σημαντικότεροι αριθμοδείκτες. (1999). *Το Βήμα*. (14/12/2011), (<http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=117657>).
18. Οικονομία. (2008). Η συμβολή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. και στην απασχόληση. *Η Καθημερινή*. (8/1/2012), (http://news.kathimerini.gr/4dcgi_w_articles_economy_1_31/12/2008_297695).
19. Οικονομία. (27/11/2011). Για αφίξεις και έσοδα. Ανοδική η πορεία του τουρισμού το 2011. *Το Έθνος*. (<http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=63595406>).
20. Παναγιώτου, Ν. (2005). Οργάνωση Παραγωγής & Διοίκηση Επιχειρήσεων II Κοστολόγηση Επιχειρήσεων & Λήψη Αποφάσεων. *Χρηματοοικονομική Ανάλυση Μέσω Αριθμοδεικτών*. (5/11/2011), (http://panayiot.simor.ntua.gr/attachments/021_Industrial%20Mgt%20II%20-%20Lesson%20F103.pdf).
21. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών. Ομάδα Έργου: Υπεύθυνος Τσάρτας, Π. Δρ. Βαγιάννη, Ε. Δρ. Λαγός, Δ. Δρ. Παπαθεοδώρου, Α. Δρ Σιγάλα. Μ, Δρ. Σπλάνης. Γ. Δρ. Σταυρινούδης. Θ, Δρ. Χρήστου, Ε. Αρβανίτης, Π. Βασιλείου, Μ. Παναγόπουλος, Π. Πουλάκη, Ι.

- Σκούλτσος, Σ. Τσιακάλη, Κ. Μαρινίδης, Δ. Ζενέλης, Π.(2010) Η Σημασία του Τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία/Κοινωνία & Προτάσεις Πολιτικής για την Τουριστική Ανάπτυξη. Ανακτήθηκε στις 2/12/2011 από την ιστοσελίδα: (http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Meleth.pdf)
22. ΠΔ 43/2002, “Προδιαγραφές και κριτήρια κατάταξης - Ορισμοί - Διακρίσεις”, άρθρο 4 παρ. 4, (ΦΕΚ 43/Α), (7/4/2009), (<http://www.grhotels.gr/EL/CONTENT/PDF/asteria.pdf>).
23. ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. (2011). Ανδρεάδης, Α. Η Συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ μέχρι το 2021 μπορεί να φτάσει τα 50 δις. Ευρώ, στο *Economist*. (8/1/2012), (<http://news.travelling.gr/2011/09/%CF%83%CE%B5%CF%84%CE%B5%CE%B7%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5%CE%B9%CF%83%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CE%B1%CE%B5/>).
24. Υποχρεωτικές λειτουργικές προδιαγραφές ξενοδοχείων, ανακτήθηκε από την ιστοσελίδα: (http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/prodiagrafes_x.asp την 5/6/2009).
25. Ψαρράς, Ι. (2009). “Συστήματα Χρηματοοικονομικής διοίκησης, 3^η Διάλεξη: Χρηματοοικονομική ανάλυση και αριθμοδείκτες” στο *Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Σχολή Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών*, (31/12/2011), (<http://academics.epu.ntua.gr/LinkClick.aspx?fileticket=az%2FgKrL8sDU%3D&tabid=381&mid=1229>).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Για το έτος 2004 τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ (ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΣΙΑ)	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΜΑΚΡ/ΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	6.013.640,09	1.703.205,00	35.299,64	1.257.942,91	290.184,56	201.465,88
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	4.352.005,61	5.568.440,80	135.771,99	4.100.568,83	575.167,04	21.989.412,02
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	24.313.328,42	12.266.146,53	888.708,24	1.439.142,39	244.968,11	2.027.923,45
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	7.923.064,58	5.515.141,50	31.858,32	5.489.006,12	157.103,55	4.257,96
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	1.229.739,87	2.696.170,62	0,00	198.794,72	144.292,01	3.088,77
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	41.235.062,10	29.540.142,78	561.127,10	5.911.492,22	6.688.411,37	3.512.981,21
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	118.883.175,00	4.301.602,58	176.214,40	11.118.231,47	2.592.529,37	1.317.154,75
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	31.634.258,11	39.024.753,41	633.920,62	4.174.070,83	3.907.920,44	10.472.152,35
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	13.630.494,16	9.688.461,60	160.534,86	2.454.984,91	3.031.923,59	65.432,47
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	12.931.901,48	10.581.440,95	82.213,12	1.541.368,43	414.441,47	170.536,8
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	23.849.897,57	7.209.176,07	445.748,39	3.582.361,57	863.181,38	418.216,56
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	10.720.417,33	6.215.442,00	1.883.308,56	1.179.832,03	2.650.007,16	8.269.370,09
YES HOTELS Α.Ε.	22.839.710,21	6.139.308,09	145.047,22	2.142.554,83	1.770.876,61	143.273,24
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔ. ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	29.558.133,58	7.648.183,04	364.041,14	787.577,80	1.466.614,80	23.293,88
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	2.834.835,35	5.676.212,87	134.157,22	619.773,94	1.003.081,74	2.186,35
THE MARGI Α.Ε.	2.906.703,51	6.764.331,11	17.503,83	669.032,13	205.553,68	358,03

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΜΕΣΟ - ΜΑΚΡ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΒΡΑΧ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	0,00	7.820.072,57	2.368.732,88	3.220.000,00	2.200.120,66	7.820.072,57
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	0,00	31.265.018,58	1.024.498,67	14.286.284,70	15.821.798,14	31.265.018,58
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	137.779,20	30.929.402,66	4.200.200,84	12.713.548,94	11.274.906,19	30.929.402,66
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	0,00	13.716.898,41	5.881.449,02	1.819.933,59	5.848.342,76	13.716.898,41
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	1.759.409,87	1.278.952,95	0,00	480.456,92	1.759.409,87
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	39.700,08	58.578.700,01	34.933.471,81	6.878.039,41	16.593.085,39	58.578.700,01
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	29.456,16	149.267.248,25	17.604.527,47	88.988.814,29	42.400.130,60	149.267.248,25
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	0,00	50.855.546,17	31.483.150,20	3.293.430,03	12.812.798,65	50.855.546,17
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	90.661,20	19.441.486,60	14.126.980,53	931.293,62	4.218.603,30	19.441.486,60
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	15.166.173,15	10.054.307,17	290.061,09	4.799.446,98	15.166.173,15
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	0,00	29.433.922,88	6.679.333,54	17.583.205,31	4.920.928,14	29.433.922,88
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	0,00	24.772.234,14	12.340.107,30	3.684.411,38	8.176.286,86	24.772.234,14
YES HOTELS Α.Ε.	0,00	27.967.323,01	4.961.730,15	14.480.685,25	8.378.237,56	27.967.323,01
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔ. ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	0,00	34.724.927,60	8.746.754,70	16.460.745,91	8.917.987,77	34.724.927,60
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	300.000,00	4.941.119,62	3.268.967,58	0,00	1.628.244,27	4.941.119,62
THE MARGI Α.Ε.	384.010,00	4.200.151,50	2.526.938,16	0,00	1.662.521,79	4.200.151,50

ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

Τα αποτελέσματα χρήσης των εταιριών του δείγματος ανάλυσης, για το 2004 διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	ΧΡΗΜΑΤ/ΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ+ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ	ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔ/ΤΟΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ξ.Τ.Ε	3.213.210,91	572.963,78	184.227,63	216.775,53	126.501,78
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	9.749.695,20	2.421.425,93	1.965.122,71	1.046.963,18	-73.689,25
ΑΣΤΥ Α.Ξ.Τ.Ε.	20.448.872,40	7.384.878,65	4.819.536,46	1.049.142,68	1.437.100,52
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	3.550.988,67	871.573,91	671.788,35	346.289,34	-79.657,72
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ξ.Τ.Ε.	0,00	0,00	82.865,36	4,80	321.204,57
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	45.543.599,98	18.680.423,27	4.992.944,62	469.548,76	13.420.934,09
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ξ.Τ.Ε.	14.218.408,40	4.130.565,49	2.798.744,00	1.421.738,72	3.897.715,61
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.505.142,98	9.346.759,61	5.588.370,29	530.031,19	3.710.994,65
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.530.296,72	2.048.750,63	1.981.284,61	169.329,36	745.293,55
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	8.473.952,07	2.331.602,19	1.825.487,62	93.122,54	793.337,65
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	9.833.026,11	1.491.071,46	1.054.848,82	171.311,27	252.137,79
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	9.359.802,90	1.646.912,64	1.292.926,62	424.529,46	587.492,29
YES HOTELS Α.Ε.	1.945.398,61	26.933,19	1.972.054,27	283.501,53	-3.777.644,62
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	16.471.576,74	3.473.180,73	2.615.692,08	1.178.495,75	-128.644,88
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	9.057.694,05	4.008.428,06	3.449.209,69	-105,55	545.880,41
THE MARGI Α.Ε.	4.601.146,16	1.142.065,58	742.428,93	4.063,57	412.433,46

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Για το έτος 2005 τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ (ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ)	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΜΑΚΡ/ΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ξ.Τ.Ε	5.777.417,36	2.153.558,79	35.054,88	2.698.383,62	63.340,13	203.032,76
ΕΛΛΗΝ. ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	4.468.625,27	5.566.665,55	115.041,66	4.241.215,04	109.433,10	22.020.950,99
ΑΣΤΥ Α.Ξ.Τ.Ε.	23.497.087,12	13.539.117,90	912.906,50	1.489.640,08	412.568,20	2.281.551,01
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	30.572.483,82	8.001.542,60	42.391,50	6.733.311,66	808.909,17	1.077.893,39
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ξ.Τ.Ε.	1.185.004,00	2.738.906,49	0,00	193.243,32	166.079,45	3.088,77
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	41.010.961,00	33.208.332,00	479.577,00	4.905.552,00	3.970.627,00	3.509.163,00
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ξ.Τ.Ε.	131.656.220,62	7.359.832,62	216.318,32	5.326.952,48	959.785,87	157.297,47
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	31.534.449,09	40.892.497,38	617.579,28	4.234.005,16	4.595.460,74	54.475,14
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	13.370.077,68	10.224.837,28	156.106,54	2.011.577,64	2.207.718,48	32.090,21
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	12.528.967,90	11.388.554,02	109.910,47	2.266.684,50	98.432,55	17.957,25
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	28.685.880,87	7.821.228,62	488.521,37	1.910.434,34	392.859,27	418.118,41
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	20.342.073,86	6.743.268,97	2.087.428,75	3.192.628,43	694.416,83	8.274.095,51
YES HOTELS Α.Ε.	22.540.499,35	8.872.452,82	247.193,92	2.362.550,56	761.010,01	62.836,71
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡ/ΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	27.514.250,77	9.906.400,54	346.466,52	1.093.537,83	934.049,18	23.293,88
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	3.230.774,95	6.239.558,86	112.662,96	577.812,03	595.199,83	2.186,35
THE MARGI Α.Ε.	2.556.144,90	7.130.397,95	55.119,53	738.987,75	367.565,41	358,03

ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΜΕΣΟ - ΜΑΚΡ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΒΡΑΧ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	0,00	8.788.347,07	3.283.473,68	3.680.000,00	1.755.221,59	8.788.347,07
ΕΛΛΗΝ. ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	0,00	34.090.153,69	3.147.414,80	12.960.831,74	17.648.312,83	34.090.153,69
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	238.464,00	30.432.537,86	2.980.114,72	11.170.594,76	13.619.890,61	30.432.537,86
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	0,00	39.304.404,71	20.538.044,10	7.586.918,17	10.904.938,47	39.304.404,71
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	1.747.415,54	1.288.285,20	0,00	459.130,34	1.747.415,54
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	0,00	53.875.881,00	36.338.389,00	4.533.280,00	13.004.212,00	53.875.881,00
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	153.807.940,09	18.771.048,71	92.407.050,83	42.197.771,65	153.807.940,09
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	0,00	41.147.842,05	31.243.699,82	945.340,02	5.625.939,61	41.147.842,05
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	84.185,40	17.863.669,41	13.362.078,37	900.361,75	3.430.172,54	17.863.669,41
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	15.073.057,10	9.836.760,34	211.409,48	4.966.687,51	15.073.057,10
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	0,00	33.256.217,02	6.159.310,82	20.014.638,48	6.864.904,05	33.256.217,02
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	0,00	34.641.482,61	14.124.345,17	3.574.380,07	16.403.596,07	34.641.482,61
YES HOTELS Α.Ε.	0,00	27.007.626,57	8.415.347,32	12.404.814,14	6.054.358,98	27.007.626,57
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡ/ΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	0,00	31.203.057,14	7.689.077,80	17.838.252,75	5.002.879,14	31.203.057,14
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	150.000,00	4.711.692,48	3.180.714,90	0,00	1.489.869,38	4.711.692,48
THE MARGI Α.Ε.	480.634,05	4.207.829,70	2.497.432,76	0,00	1.710.396,94	4.207.829,70

Τα αποτελέσματα χρήσεως για τις επιλεγμένες ξενοδοχειακές μονάδες για το 2005 ήταν τα ακόλουθα:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	ΧΡΗΜΑΤ/ΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ+ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ	ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔ/ΤΟΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	2.788.836,06	653.775,88	296.122,03	310.729,94	828.778,36
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	7.213.658,44	1.049.426,81	2.023.741,00	1.077.583,66	-1.957.083,87
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	18.294.292,49	4.941.672,62	4.672.789,02	1.139.553,60	-1.130.531,97
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	7.887.264,90	2.261.002,01	1.160.782,88	774.509,75	335.394,90
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	0,00	108.403,54	73,61	399.433,67
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	36.851.956,00	11.437.401,00	388.202,00	0,00	6.453.953,00
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	17.995.132,04	5.370.575,41	3.269.451,08	1.596.701,41	-3.829.821,74
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	29.120.626,27	6.036.612,15	5.359.983,01	414.353,75	1.341.885,42
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	8.120.278,10	865.844,42	1.950.539,44	157.093,88	-543.269,35
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	6.837.110,29	1.302.204,05	1.483.349,58	113.634,17	117.570,74
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	8.324.319,16	1.382.502,93	1.249.321,83	118.099,87	71.233,22
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	5.348.126,20	712.986,23	2.755.424,48	313.393,16	-1.432.882,22
YES HOTELS Α.Ε.	3.739.168,38	-631.705,32	2.931.588,39	698.617,14	-5.783.707,57
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	14.850.696,36	1.889.098,38	1.885.528,25	1.068.386,92	1.057.676,90
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	8.346.717,43	3.379.990,08	3.489.641,11	0,00	-72.612,07
THE MARGI Α.Ε.	4.084.451,23	995.853,44	721.726,47	2.408,34	288.278,01

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

Για το έτος 2006 τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ (ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ)	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΑΠΟΣΘΕΜΑΤΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΜΑΚΡ/ΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	5.642.941,85	2.706.004,23	33.912,75	2.800.664,02	43.463,38	15.241,50
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	4.612.224,08	5.561.700,56	89.004,36	2.664.101,13	85.756,23	23.453.581,29
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	22.526.781,03	14.953.315,77	821.152,16	1.382.139,66	495.250,97	3.106.306,72
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	68.864.886,06	8.920.720,25	135.532,29	3.042.532,08	505.968,64	43.336,71
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	1.151.023,16	2.772.887,33	0,00	119.767,81	516.047,10	3.088,77
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.265.606,43	36.501.787,71	515.388,58	5.407.063,88	6.401.404,20	3.509.163,17
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	138.140.996,91	11.044.740,65	265.318,93	6.782.611,93	317.005,78	149.609,70
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	32.674.126,20	42.681.383,44	563.223,30	3.279.150,76	4.315.764,39	59.550,28
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	13.033.340,61	10.753.905,80	145.727,65	1.969.535,38	2.306.944,50	33.550,93
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	12.222.016,80	11.925.720,68	194.753,45	4.611.873,95	184.364,62	30.388,03
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	29.243.719,92	8.725.909,41	789.697,48	1.403.914,47	773.240,20	409.675,51
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	26.787.964,75	6.356.854,35	78.855,27	2.099.472,62	522.820,84	12.049.300,95
ΥΕΣ HOTELS Α.Ε.	20.355.581,68	11.873.599,52	271.884,04	1.529.967,08	1.270.669,88	38.836,71
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	25.747.481,87	12.127.811,87	324.245,59	1.476.738,17	1.832.568,51	30.662,18
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	3.119.888,82	6.710.842,06	135.075,96	547.055,73	1.335.381,94	2.186,35
THE MARGI Α.Ε.	2.376.305,32	7.495.613,13	53.117,20	328.715,89	198.252,97	9.700,00

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΜΕΣΟ - ΜΑΚΡ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΒΡΑΧ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	0,00	8.552.844,13	3.189.122,58	3.360.000,00	1.928.964,08	8.552.844,13
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	0,00	34.083.467,04	1.454.100,90	14.120.177,51	18.206.328,06	34.083.467,04
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	401.749,08	29.700.894,77	1.684.104,70	10.148.963,39	14.791.560,16	29.700.894,77
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	0,00	72.739.466,00	36.653.921,16	16.342.269,79	18.754.712,97	72.739.466,00
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	1.789.926,84	1.312.470,96	0,00	477.455,88	1.789.926,84
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	39.700,08	60.227.808,57	38.608.136,97	5.793.572,73	15.597.328,97	60.227.808,57
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε	680.000,00	160.034.511,45	16.671.425,89	93.524.297,27	49.451.898,76	160.034.511,45
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	0,00	42.681.383,44	563.223,30	3.279.150,76	4.315.764,39	42.681.383,44
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	0,00	10.753.905,80	145.727,65	1.969.535,38	2.306.944,50	10.753.905,80
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	11.925.720,68	194.753,45	4.611.873,95	184.364,62	11.925.720,68
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	0,00	8.725.909,41	789.697,48	1.403.914,47	773.240,20	8.725.909,41
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	0,00	6.356.854,35	78.855,27	2.099.472,62	522.820,84	6.356.854,35
ΥΕΣ HOTELS Α.Ε.	0,00	11.873.599,52	271.884,04	1.529.967,08	1.270.669,88	11.873.599,52
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	0,00	12.127.811,87	324.245,59	1.476.738,17	1.832.568,51	12.127.811,87
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	0,00	6.710.842,06	135.075,96	547.055,73	1.335.381,94	6.710.842,06
THE MARGI Α.Ε.	2.376.305,32	7.495.613,13	53.117,20	328.715,89	198.252,97	7.495.613,13

ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	ΧΡΗΜΑΤ/ΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ-ΣΥΝΑΦΗ ΕΞΟΔΑ	ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔ/ΤΟΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	2.859.816,89	471.896,20	316.852,37	245.059,27	-26.343,57
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	7.267.418,83	1.169.286,01	1.821.619,35	1.377.019,58	-1.693.313,90
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	18.333.082,84	4.654.432,46	4.922.609,25	1.282.947,87	-1.673.425,54
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	12.907.894,91	2.603.689,07	1.381.867,81	1.507.240,41	-231.065,33
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	0,00	54.208,79	36,20	468.816,93
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	40.982.644,06	13.288.586,42	5.151.182,66	504.853,24	7.899.193,23
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	26.153.162,73	10.116.404,62	5.101.002,97	2.101.865,99	-2.149.622,85
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	30.636.734,53	6.524.440,79	5.857.516,72	347.384,09	1.522.810,62
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	8.758.241,59	1.385.780,32	1.917.221,54	158.863,43	86.264,75
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.330.027,72	1.790.761,19	1.830.140,47	139.032,16	2.031.366,45
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	10.247.895,36	1.242.297,06	1.126.081,33	109.137,39	39.108,93
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	5.893.273,19	1.251.895,45	2.780.944,25	1.221.290,47	-2.078.183,31
YES HOTELS Α.Ε.	5.560.011,52	-56.892,82	2.715.486,70	765.070,66	-5.861.486,66
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	15.864.615,68	3.836.770,38	3.460.037,27	1.167.007,67	776.194,14
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	8.555.636,81	4.090.587,52	3.575.099,01	0,00	584.613,69
THE MARGI Α.Ε.	4.117.476,79	1.085.877,97	880.911,19	2.243,32	222.341,18

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4

Για το έτος 2007 τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ (ΑΝΑΠΟΣΘΕΣΤΗ ΛΕΙΑ)	ΑΠΟΣΘΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΑΠΘΘΕΜΑΤΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΜΑΚΡ/ΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	5.335.039,56	3.268.578,15	78.526,78	2.846.339,91	28.878,30	15.392,69
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	5.064.768,21	5.561.700,56	73.256,58	3.976.774,83	129.709,58	26.359.699,39
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	21.555.237,42	16.178.358,02	685.638,09	1.259.159,63	496.755,58	4.243.771,01
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΥΕ GR Α.Ε.	67.397.925,57	10.124.019,88	142.095,85	3.389.398,88	275.848,85	43.782,97
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	1.117.759,22	2.806.151,27	0,00	67.208,12	371.371,30	3.088,77
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	55.201.597,47	41.290.933,96	534.324,74	4.883.677,65	7.813.647,05	3.515.836,27
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	141.107.287,12	15.953.105,79	307.539,35	4.244.147,67	325.782,77	145.765,82
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	37.037.024,43	44.398.949,55	738.658,99	4.057.660,36	2.159.269,76	59.792,08
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	12.650.718,18	11.145.826,83	158.849,66	1.781.867,53	2.483.481,00	33.634,99
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	12.091.150,15	12.889.783,15	152.328,34	3.072.661,69	455.698,43	32.888,03
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	28.502.489,90	9.738.398,02	842.759,53	1.319.802,03	334.111,13	30.311,66
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	32.824.130,66	6.901.358,72	408.938,82	9.884.206,09	1.748.334,38	8.275.852,95
YES HOTELS Α.Ε.	19.079.589,42	13.320.400,03	281.913,43	881.543,52	790.196,74	7.953.424,71
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔ. ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	24.162.660,07	14.368.661,85	301.442,14	1.764.360,85	4.219.360,39	39.777,88
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	3.528.270,52	7.049.380,69	134.710,59	407.898,32	860.413,92	4.586,35
THE MARGI Α.Ε.	2.263.639,74	8.082.699,03	49.098,03	391.972,89	179.741,01	9.700,00

ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ, ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΜΕΣΟ - ΜΑΚΡ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΒΡΑΧ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	0,00	8.321.857,40	3.172.328,92	3.040.000,00	2.057.696,15	8.321.857,40
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	0,00	35.703.099,08	2.385.618,34	16.712.922,49	16.239.002,55	35.703.099,08
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	401.749,08	29.037.242,98	1.500.973,00	9.493.187,29	14.997.480,94	29.037.242,98
Τ.Ε.Ι.Μ. ΒΛΙΕ GR Α.Ε.	0,00	71.412.213,24	36.407.177,99	14.166.134,24	19.824.952,98	71.412.213,24
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ &ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	1.559.427,41	1.321.162,58	0,00	238.264,83	1.559.427,41
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	39.700,08	72.052.207,35	42.263.534,92	12.600.000,00	16.963.715,69	72.052.207,35
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	7.420.233,00	167.201.433,02	18.760.009,96	129.304.767,06	17.228.235,88	167.201.433,02
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	0,00	44.116.160,54	33.356.823,45	97.516,57	6.393.887,30	44.116.160,54
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	84.125,48	11.705.925,81	12.079.905,58	535.009,86	3.221.499,86	11.705.925,81
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	0,00	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.777.208,80	1.125.270,61	29.496,50	12.533.246,96
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	7.667.730,05	2.018.348,61	3.716.929,47	1.515.286,52	569.708,81	7.667.730,05
ΕΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	9.390.457,02
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	44.678.499,28	14.467.929,02	5.676.916,33	827.426,94	8.427.728,05	44.678.499,28
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	24.908.693,30	9.168.732,83	4.780.485,23	5.749.113,41	-5.786.061,93	24.908.693,30
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	33.588.078,97	8.321.239,71	5.702.331,14	257.206,23	3.282.451,74	33.588.078,97
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	9.390.457,02	2.312.035,24	2.053.071,02	-103.922,31	794.497,46	9.390.457,02
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.723.193,75	2.129.091,57	1.928.438,94	102.628,14	644.339,00	7.723.193,75
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	12.533.246,96	2.920.768,13	1.7			

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5

Για το έτος 2008 τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ (ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΛΕΙΑ)	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΑΛΛΕΣ ΜΑΚΡΟ/ΜΕΣ ΧΡΗΜ/ΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	6.200.864,61	757.871,64	34.877,74	1.946.900,95	124.243,84	0,00
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	7.205.854,27	5.556.896,22	109.905,22	4.497.217,90	468.555,40	30.059.699,39
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	23.433.714,36	17.460.438,53	544.706,85	993.630,93	321.902,84	1.462.270,05
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	50.763.827,41	9.242.465,88	397.616,97	3.649.491,65	1.166.175,07	7.043.865,67
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	1.016.584,31	2.839.228,74	0,00	326.076,90	800.687,91	3.088,77
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	52.977.950,48	45.794.578,33	539.725,76	4.919.317,61	9.658.230,66	3.515.636,27
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	146.605.944,84	19.981.926,87	318.534,03	11.014.437,07	753.248,44	139.867,64
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	54.419.590,68	54.079.135,61	583.295,89	5.569.858,64	2.546.989,10	61.118,40
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	17.021.105,27	14.012.423,05	99.664,83	2.297.823,05	1.804.976,62	45.012,36
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	12.539.579,50	13.997.091,94	138.631,81	3.078.362,85	272.897,69	62.888,03
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	28.925.600,08	10.733.906,76	1.135.339,05	1.228.708,71	72.475,17	27.017,66
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	40.704.651,35	7.949.216,82	188.002,18	12.705.525,23	628.057,00	8.607.851,25
YES HOTELS Α.Ε.	18.078.666,06	14.759.019,83	343.745,23	961.043,59	147.194,76	8.793.523,71
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	22.949.051,58	16.009.962,89	332.142,10	2.311.869,23	988.687,36	40.927,88
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	4.681.864,22	8.106.580,93	125.396,18	484.383,44	411.412,20	12.391,85
THE MARGI Α.Ε.	3.467.504,38	8.623.647,67	50.887,39	329.809,42	117.892,11	9.700,00

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΜΕΣΟ - ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΒΡΑΧ/ΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ
ΑΙΡΟΤΕΛ ΚΑΠΙΤΑΛ Α.Ε.Τ.Ε	0,00	8.326.202,72	2.241.931,37	3.400.000,02	2.676.357,23	8.326.202,72
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	0,00	43.051.805,51	4.544.503,25	15.541.722,68	22.696.186,28	43.051.805,51
ΑΣΤΥ Α.Ε.Τ.Ε.	138.309,12	26.952.147,47	-2.692.919,13	10.315.731,37	13.931.460,74	26.952.147,47
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	0,00	63.743.292,62	51.421.476,05	1.890.000,00	9.630.051,24	63.743.292,62
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	2.160.869,13	1.344.782,35	330.000,00	486.086,78	2.160.869,13
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	39.700,08	71.737.266,67	46.007.651,31	11.200.000,00	14.304.743,37	71.737.266,67
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	9.362.373,33	185.151.860,66	18.482.262,84	139.989.404,72	26.002.464,78	185.151.860,66
ΑΘΗΝΑΙΟΝ Α.Ε.	0,00	63.339.545,70	46.164.849,80	5.139.142,07	7.748.004,11	63.339.545,70
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	57.202,90	21.335.863,23	18.573.734,05	507.038,68	2.085.721,21	21.335.863,23
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	0,00	16.139.057,47	11.164.614,85	44.126,84	4.842.678,77	16.139.057,47
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	0,00	34.230.425,57	6.372.734,27	22.840.000,00	4.937.410,51	34.230.425,57
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	0,00	64.448.653,40	15.565.329,36	29.749.744,90	18.681.843,24	64.448.653,40
YES HOTELS Α.Ε.	0,00	28.754.184,25	15.643.241,30	10.342.185,25	2.546.416,79	28.754.184,25
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ Α.Ε.	0,00	26.671.969,46	10.465.373,34	10.450.000,00	5.180.416,82	26.671.969,46
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	286.405,22	6.173.405,92	4.040.111,89	0,00	2.070.031,55	6.173.405,92
THE MARGI Α.Ε.	2.180.000,00	6.164.244,98	-3.601.667,69	8.600.000,00	1.084.311,88	6.164.244,98

Τα αποτελέσματα χρήσεως για το 2008 διαμορφώθηκαν ως εξής:

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1998 -2008

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	ΧΡΗΜΑΤ/ΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	ΑΡΧΗΜΕΝΑ ΤΟΚΟΙ+ΣΥΝΑΦΗ ΕΣΟΔΑ	ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔ/ΤΟΣ
ΑΙΟΛΟΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑ Α.Ε.Ε.	308.090,12	100.142,07	147.897,98	137.000,74	307.210,00
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ Α.Ε.	6.467.702,09	668.678,43	1.580.874,08	1.266.523,30	-1.940.348,96
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	10.420.040,94	3.007.012,93	2.327.471,14	1.874.457,48	2.164.111,04
Τ.Ε.Ι.Μ. BLUE GR Α.Ε.	15.051.564,18	3.988.015,59	1.688.634,42	2.442.613,35	13.495.460,55
ΑΠ. ΜΟΥΣΑΜΑΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.Τ.Ε.	0,00	0,00	37.581,74	1,20	490.317,42
ΚΑΡΑΒΕΛ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α.Ε.	45.770.627,05	15.022.861,25	5.812.009,27	1.053.870,29	8.756.252,05
ΑΤΤΙΚΟΣ ΗΛΙΟΣ Α.Ε.Τ.Ε.	22.653.735,51	7.634.122,21	5.284.340,06	7.158.313,41	-7.344.221,12
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε.	60.304.870,00	20.047.950,00	14.001.014,12	100.170,00	1.001.542,100
ΒΕΡΝΙΚΟΣ Α.Ε.	8.554.573,45	1.638.615,68	1.847.012,92	133.650,52	162.321,18
ΞΕΝΤΕ Α.Ε.	7.198.216,32	1.457.708,26	1.761.830,67	102.903,46	236.063,54
ΒΑΡΔΗ ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. Α.Ε.	11.040.819,64	2.663.549,57	1.450.192,45	1.185.927,97	39.975,59
ΟΛΥΜΠΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ Α.Ε.	8.270.193,89	3.208.242,01	2.000.070,00	1.078.698,00	600.701,00
ΥΕΣ ΝΟΤΕΙΣ Α.Ε.	7.031.275,75	803.855,83	3.155.012,84	901.520,23	-3.152.268,78
ΞΕΝ/ΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΓΡΟΦΑΡΜΑΚΙΟΥ ΛΟΙΜΩΝ Α.Ε.	18.272.293,53	5.811.187,03	2.375.630,66	1.381.346,00	2.584.796,30
ΜΑΝΤΖΑΒΕΛΑΚΗΣ Α. Α.Ε.	8.802.172,90	3.815.671,11	4.108.205,29	-2.048,78	714.801,21
THE MARGI Α.Ε.	5.190.687,19	1.228.089,18	593.711,91	308.356,80	-4.644.129,88