

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Τραμπάκουλου Λουλούδα

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ ΣΕ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιβλέπον: Αρβανίτης Σταύρος , Επίκουρος Καθηγητής

Ηράκλειο

Μάρτιος 2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</u>	5
1.1 Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση.....	5
1.2 Σε τροχιά ανάπτυξης και το 2013.....	8
1.3 Βιώσιμη Οικονομική Προσέγγιση του Τουρισμού.....	10
1.4 Μελλοντικοί Παράγοντες Επηρεασμού του Παγκόσμιου Τουρισμού.....	11
1.5 Ο Παγκόσμιος Τουρισμός μετά το τρομοκρατικό Κτύπημα.....	12
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</u>	13
2.1 Γεωγραφία της Μεσογείου Θάλασσας.....	13
2.2 Ο τουρισμός στη Μεσόγειο.....	17
2.3 Αναδόμηση του συστήματος Μεσογειακού τουρισμού.....	18
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟ</u>	19
3.1 Ελληνικός Τουρισμός Σήμερα.....	19
3.2 Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού.....	19
3.3 Ο Τουρισμός στην Ελληνική Οικονομία.....	21
3.4 Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη και Πολιτική.....	24
3.5 Ελληνικός Ξενοδοχειακός Τομέας.....	27
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ</u>	29
4.1 Τι είναι οι αριθμοδείκτες.....	29
4.2 Ανάλυση Αριθμοδεικτών.....	30
4.2.1 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας.....	30
4.2.1.1 Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας ή Κεφαλαίου Κινήσεως.....	30
4.2.1.2 Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας.....	31
4.2.1 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας.....	32
4.2.1.1 Αριθμοδείκτης Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης.....	33
4.2.1.2 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας του Ενεργητικού.....	33
4.2.1.3 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων.....	34
4.2.1.4 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων.....	34
4.2.2 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας.....	36
4.2.2.1 Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτό Κέρδους.....	36
4.2.2.2 Αριθμοδείκτης Κόστους Πωληθέντων προς Καθαρές πωλήσεις.....	36
4.2.2.3 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους.....	37
4.2.2.4 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού.....	38
4.2.2.5 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων.....	38
4.2.2.6 Αριθμοδείκτες Αποσβέσεων προς Πωλήσεις.....	39
4.2.4 Αριθμοδείκτες Δαπανών Λειτουργίας.....	40
4.2.4.1 Αριθμοδείκτης Λειτουργικών Εξόδων.....	40
4.2.4.2 Αριθμοδείκτης Λειτουργικών Εξόδων προς Πωλήσεις.....	41
4.2.5 Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας.....	42
4.2.5.1 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια.....	43
4.2.5.2 Αριθμοδείκτης Δανειακών Κεφαλαίων.....	43
4.2.5.3 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια.....	43
4.2.5.4 Δείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις.....	44
4.2.5.5 Αριθμοδείκτης Παγίων προς μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις.....	44
4.2.6 Επενδυτικοί Αριθμοδείκτες.....	45
4.2.6.1 Μέρισμα κατά μετοχή.....	46
4.2.6.2 Η Τρέχουσα Μερισματική Απόδοση.....	46
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	63
Βοηθητικοί πίνακες.....	65

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών. Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών. Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Ο τουρισμός, ως οικονομικός τομέας, συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης (ΣΕΤΕ, 2013).

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα (ΣΕΤΕ, 2013).

Το διαδίκτυο έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στο τουριστικό μάρκετινγκ από οποιαδήποτε άλλη τεχνολογία. Έχει ήδη καθιερωθεί ως ένα κρίσιμης σημασίας κανάλι διανομής μέσω του οποίου οι οργανισμοί τουρισμού μπορούν να προωθήσουν τους προορισμούς τους και τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες των χωρών τους. Παρ' όλα αυτά, το διαδίκτυο είναι μια σχετικά νέα τεχνολογία η οποία εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς. Οι οργανισμοί προώθησης προορισμών και οι άλλοι προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών απαιτείται να κατανοήσουν την αξία του διαδικτύου ως εργαλείου τουριστικού μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο από τουρίστες και τους ταξιδιώτες, καθώς και το πώς θα αξιοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το εργαλείο αυτό ώστε να αποκομίσουν τα μέγιστα δυνατά οφέλη (WTOBC, 1999).

Τέλος, σκοπός αυτής της εργασίας είναι η παρουσίαση των σύγχρονων μεθόδων χρηματοοικονομικής αναλύσεως των λογιστικών καταστάσεων των επιχειρήσεων, προκειμένου τα πορίσματά της να αποτελούν γνώμονα στην λήψη αποφάσεων οικονομικού περιεχομένου, βασιζομένων σε επιστημονικά κριτήρια. Έτσι η ανάλυση των αριθμοδεικτών εκφράζεται σαν ένα αποδοτικό εργαλείο για την σωστή αξιολόγηση της οικονομικής σταθερότητας, των λειτουργικών αποτελεσμάτων, της διοικητικής αποδοτικότητας και ως ένα διοικητικό βοήθημα για αποφάσεις. Όμως,

για την σωστή χρησιμοποίηση των αριθμοδεικτών είναι αναγκαίο οι αναλυτές να γνωρίζουν τα όρια και τις παγίδες αυτών των αναλύσεων.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση ενδιαφέρει πολλές κατηγορίες μεμονωμένων ατόμων και οικονομικών οργανισμών, ανάλογα με την θέση που κατέχει και το ρόλο που παίζει καθένα από αυτά στην οικονομία.

Είναι γεγονός ότι η χρηματοοικονομική ανάλυση αποτελεί σήμερα πολύτιμο εργαλείο στα χέρια των διαφόρων φορέων, όπως τραπεζών, εταιριών επενδύσεων, μεμονωμένων επενδυτών, διοικήσεων των επιχειρήσεων κ.λπ. Οι τελευταίες χρησιμοποιούν ευρύτατα τα πορίσματα της εν λόγω αναλύσεως, διότι μέσω αυτής μπορούν να διαπιστώσουν κατά πόσο η πολιτική που ακολουθούν είναι επιτυχής και αποδοτική για την επιχείρηση, ως και πώς διαγράφονται οι προοπτικές της για το μέλλον.(Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ευρύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών.

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών παρουσίασε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών.

Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα πιθανός να ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης.

Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία:

- ✓ Από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατ' έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια.
- ✓ Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την προαναφερθείσα περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.
- ✓ Ως το 1950, οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- ✓ Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

- ✓ Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.
- ✓ Το 2008 ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγει σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.
- ✓ Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.
- ✓ Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.
- ✓ Το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.
- ✓ Το 2012 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάκαμψή του και αναμένεται να σημειώσει θετικά αποτελέσματα, με τις διεθνείς αφίξεις να ξεπερνούν για πρώτη φορά το 1 δισ.
- ✓ Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπαρχόντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

Παγκόσμια τουριστική κίνηση για το 2011

Το 2011 σημειώθηκαν 983 εκατ. αφίξεις τουριστών παγκοσμίως, 43 εκατ. περισσότερες σε σχέση με τις αφίξεις του 2010 σημειώνοντας έτσι μια αύξηση 4,6%.

Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Πιο συγκεκριμένα, η Ευρώπη παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση στα νούμερα των διεθνών αφίξεων (+6,2%).

Ακολουθούν Ασία (+6,1%), Αμερική (+3,9%) και Αφρική (+0,4%), με την περιοχή της Μέσης Ανατολής να παρουσιάζει μείωση των διεθνών αφίξεων (-7%). (Πηγή: UNWTO World Tourism Barometer, Ιούλιος 2012)

Ένα δις τουρίστες μέχρι το τέλος του 2012

Σε καλό δρόμο για να σπάσει το φράγμα του ενός δις τουριστών μέχρι το τέλος του 2012 βρίσκεται ο παγκόσμιος τουρισμός, σημειώνοντας ρεκόρ το πρώτο εξάμηνο του έτους με 467 εκατ. ταξιδιώτες.

Όπως επισημαίνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΤ), παρά τις ανησυχίες για την παγκόσμια οικονομία, η διεθνής ζήτηση δείχνει ανθεκτικότητα. Μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου 2012 ο αριθμός των διεθνών τουριστών αυξήθηκε κατά 5%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011. «Όπως πλησιάζουμε στο κομβικό σημείο του ενός δις, χρειάζεται να διασφαλίσουμε ότι ο τομέας του τουρισμού υποστηρίζεται από επαρκείς εθνικές πολιτικές και ότι εργαζόμαστε για να μειώσουμε τα υπάρχοντα εμπόδια για την επέκταση του τομέα, όπως πολύπλοκες διαδικασίες βίζας, αυξημένη άμεση φορολογία ή περιορισμένη συνδεσιμότητα», τόνισε ο Γενικός Γραμματέας του ΠΟΤ κ. Ταλέμπ Ριφάι, κηρύσσοντας την έναρξη του Παγκόσμιου Τουριστικού Οικονομικού Φόρουμ στο Μακάο.

Η Ασία κατέγραψε τη μεγαλύτερη άνοδο με ποσοστό 8%, ενισχυμένη από την ανάκαμψη του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού στην Ιαπωνία και τη συνεχιζόμενη ισχυρή επίδοση άλλων αγορών εντός της περιοχής. Η Ευρώπη ενισχύθηκε κατά 4%, σταθεροποιώντας το ρεκόρ ανόδου του 2011, παρά την οικονομική αστάθεια στην Ευρωζώνη. Η Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη παρουσίασαν άνοδο 7%, με μερικούς προορισμούς να φθάνουν σε διψήφιο ποσοστό, ενώ και η Δυτική Ευρώπη είχε άνοδο 5%. Αντίθετα στη Νότια και τη Μεσογειακή Ευρώπη η ζήτηση αυξήθηκε μόλις 1%, ύστερα από ένα πολύ δυνατό 2011 και εξαιτίας της επανόδου των χωρών της Βόρειας Αφρικής και Μέσης Ανατολής.

Από τις εξερχόμενες αγορές και μεταξύ των δέκα κορυφαίων χωρών με βάση τη δαπάνη σε ταξίδια, η Κίνα σημείωσε άνοδο 30%, η Ρωσία 15%, οι ΗΠΑ 9%, η Γερμανία 6% και ο Καναδάς 6%. Αντίθετα επιβράδυνση ή/και μείωση παρατηρήθηκε στη Μεγάλη Βρετανία, την Αυστραλία, την Ιταλία και τη Γαλλία. (Πηγή: UNWTO World Tourism Barometer, Ιούλιος 2012).

1.2 Σε τροχιά ανάπτυξης και το 2013

Επίδειξη αντοχής έκανε ο παγκόσμιος τουρισμός το 2012, καθώς οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4%, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το ένα δισεκατομμύριο ταξιδιώτες (1,035 δις.). Σύμφωνα με την τελευταία έκδοση του Παγκόσμιου Βαρόμετρου Τουρισμού του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), οι αναδυόμενες οικονομίες ανέκτησαν προβάδισμα (4,1%) σε σχέση με τις προηγμένες (3,6%), με την Ασία και τον Ειρηνικό να παρουσιάζουν τα ισχυρότερα αποτελέσματα. Η ανάπτυξη αναμένεται να συνεχιστεί και το 2013, ελαφρά περιορισμένη από το 2012 (από 3% έως 4%), σύμφωνα ωστόσο με την μακροπρόθεσμη πρόβλεψη του ΠΟΤ.

Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 39 εκατ. το 2012, από τα 996 εκατ. ευρώ το 2011, καθώς η ζήτηση παρέμεινε σε λογικά επίπεδα όλο τον χρόνο, ενώ ήταν ισχυρότερη από το αναμενόμενο στο τέταρτο τρίμηνο. Η Ασία και ο Ειρηνικός (7%) είχαν τις καλύτερες επιδόσεις, ενώ σε ότι αφορά τις υπο-περιοχές, η Νότιο-Ανατολική Ασία, η Βόρεια Αφρική ενισχύθηκαν κατά 9% και η Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη κατά 8%.

«Το 2012 είδε συνεχιζόμενη οικονομική αστάθεια σε όλο τον κόσμο, ιδιαίτερα στην Ευρωζώνη. Όμως, ο διεθνής τουρισμός κατάφερε να παραμείνει σε σταθερή πορεία», δήλωσε ο Γενικός Γραμματέας του ΠΟΤ κ. Ταλέμπ Ριφάι και πρόσθεσε ότι «ο τομέας έχει αποδείξει την ικανότητά του να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και, αν και με ελαφρώς πιο μέτριο ρυθμό, αναμένεται να συνεχίσει να αναπτύσσεται το 2013. Ο τουρισμός είναι λοιπόν ένας από τους πυλώνες που θα πρέπει να υποστηρίζονται από τις κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο ως μέρος της λύσης για την τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης».

Ο ΠΟΤ προβλέπει ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα ενισχυθούν από 3% έως 4% το 2013, συμβαδίζοντας σε μεγάλο βαθμό με τη μακροπρόθεσμη πρόβλεψη του για το 2030, όπου προσδοκάται ετήσια αύξηση 3,8% κατά μέσο όρο μεταξύ 2010 και 2020. Η προοπτική αυτή επιβεβαιώνεται και από τον Δείκτη Εμπιστοσύνης του Παγκόσμιου Οργανισμού, ο οποίος συντάχθηκε από πάνω από 300 εμπειρογνώμονες σε όλο τον κόσμο και δείχνει ότι οι προοπτικές για το 2013 είναι παρόμοιες με την αξιολόγηση του περασμένου έτους (124 μονάδες για το 2013 έναντι 122 για το 2012). Σε ό,τι αφορά τις περιφέρειες, οι προοπτικές για τη χρονιά που ξεκίνησε είναι ισχυρότερες για την Ασία και τον Ειρηνικό (5% έως 6%), ενώ ακολουθεί η Αφρική (4% έως 6%), η Αμερική (3% έως 4%), η Ευρώπη (2% έως 3%) και η Μέση Ανατολή (0% έως 5%).(ΣΕΤΕ,2013)

Οι αναδυόμενες οικονομίες ανακτούν προβάδισμα

Το 2012, η ανάπτυξη ήταν ισχυρότερη στις αναδυόμενες οικονομίες (4,1%) σε σύγκριση με τις προηγμένες (3,6%), τάση η οποία χαρακτηρίζει τον τομέα για πολλά χρόνια. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ευρώπη, την περιοχή με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο, αυξήθηκαν κατά 3%, ένα πολύ θετικό αποτέλεσμα, λαμβάνοντας υπόψη την οικονομική κατάσταση και ύστερα από ένα δυνατό 2011 (6%). Το σύνολο των αφίξεων έφτασε τα 535 εκατ., 17 εκατ. περισσότερες από το 2011. Ανά υπό-περιοχή, προορισμοί της Κεντρικής και της Ανατολικής Ευρώπης παρουσίασαν τα καλύτερα αποτελέσματα (8%), ενώ ακολουθεί η Δυτική Ευρώπη (3%). Προορισμοί στη Νότια Μεσογειακή Ευρώπη διατήρησαν τις εξαιρετικές επιδόσεις τους το 2011 (2%) και το 2012 επέστρεψαν σε κανονικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Η Ασία και ο Ειρηνικός κατέγραψαν πάνω από 15 εκατ. Αφίξεις το 2012 (7%), φθάνοντας συνολικά τα 233 εκατ. διεθνείς τουρίστες. Η Νοτιοανατολική Ασία εμφάνισε τις καλύτερες επιδόσεις ως υπο-περιοχή (9%), λόγω της εφαρμογής των πολιτικών που ενισχύουν τη διαπεριφερειακή συνεργασία και τον συντονισμό στον τομέα του τουρισμού. Η ανάπτυξη ήταν επίσης ισχυρή στη Βορειοανατολική Ασία (6%), με την ανάκαμψη του εξερχόμενου και εισερχόμενου ιαπωνικού τουρισμού, ενώ

ασθενέστερη συγκριτικά ήταν η Νότια Ασία (4%) και η Ωκεανία (4%).

Κατά έξι εκατ. αυξήθηκαν οι αφίξεις στην Αμερική (4%), φθάνοντας τα 162 εκατ. συνολικά. Κορυφαία θέση κατέχει η Κεντρική Αμερική (6%), ενώ η Νότια Αμερική, ενισχύθηκε κατά 4%, παρουσιάζοντας μια επιβράδυνση σε σύγκριση με τον διψήφιο ρυθμό ανάπτυξης του 2010 και του 2011. Από την άλλη πλευρά, η Καραϊβική ξεπερνά τα επίπεδα της προηγούμενης διετίας (4%), ενώ η Βόρεια Αμερική κατοχύρωσε την ανάπτυξη του 2011 (3%).

Η Αφρική επανήλθε (6%) από την υποχώρηση του 2011, όταν οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 1%, κυρίως λόγω των αρνητικών αποτελεσμάτων της Βόρειας Αφρικής. Οι αφίξεις έφθασαν σε νέο ρεκόρ (52 εκατ.), χάρη στην ανάκαμψη της Βόρειας Αφρικής (9% σε σύγκριση με τη μείωση 9% το 2011) και στη συνεχιζόμενη αύξηση των υποσαχάριων προορισμών (5%). Βελτιωμένα σε σχέση με την πτώση 7% του 2011, ήταν τα αποτελέσματα και στη Μέση Ανατολή (-5%), ωστόσο η περιοχή καταγράφει περίπου τρία εκατ. λιγότερες διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2012 παρά την ανάκαμψη στην Αίγυπτο.

Οι εισπράξεις επιβεβαιώνουν τη θετική τάση στις αφίξεις

Τα διαθέσιμα στοιχεία για τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις και τις δαπάνες το 2012, που καλύπτουν τουλάχιστον τους πρώτους εννέα μήνες του έτους, επιβεβαιώνουν τη θετική τάση στις αφίξεις. Μεταξύ των κορυφαίων δέκα τουριστικών προορισμών, τα έσοδα αυξήθηκαν σημαντικά στο Χονγκ Κονγκ (Κίνα) (16%), τις ΗΠΑ (10%), το Ηνωμένο Βασίλειο (6%) και τη Γερμανία (5%). Την ίδια στιγμή, ένας σημαντικός αριθμός προορισμών σε όλο τον κόσμο, είδε τις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις να αυξάνονται κατά 15% ή περισσότερο (Ιαπωνία 37%), Ινδία και Νότια Αφρική 22%, Σουηδία και Δημοκρατία της Κορέας 19%, Ταϊλάνδη 18% και Πολωνία 16%).

Παραδοσιακές αγορές ανανεώνουν τη δυναμική

Παρά το γεγονός ότι τα υψηλότερα ποσοστά αύξησης των δαπανών στο εξωτερικό στις δέκα κορυφαίες αγορές, προήλθαν από τις αναδυόμενες οικονομίες - Κίνα (42%) και Ρωσία (31%) - καλά αποτελέσματα έδειξαν και σημαντικές παραδοσιακές αγορές. Στην Ευρώπη και παρά τις οικονομικές πιέσεις, οι δαπάνες στον διεθνή τουρισμό που πραγματοποιήθηκε από τη Γερμανία διατηρήθηκαν με ποσοστό 3%, ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο έφθασε στο 5%, επιστρέφοντας στην ανάπτυξη μετά από δύο χρόνια στασιμότητας. Στην Αμερική, τόσο οι ΗΠΑ όσο και ο Καναδάς ενισχύθηκαν κατά 7%. Από την άλλη πλευρά, μείωση των δαπανών για ταξίδια κατέγραψε η Γαλλία (-7%) και η Ιταλία (-2%). Μικρότερες αγορές με σημαντική ανάπτυξη ήταν Βενεζουέλα (31%), η Πολωνία (19%), οι Φιλιππίνες (17%), η Μαλαισία (15%), η Σαουδική Αραβία (14%), το Βέλγιο (13%), η Νορβηγία και η Αργεντινή (12% αντίστοιχα), η Ελβετία και η Ινδονησία (10% αντίστοιχα). (ΣΕΤΕ, 2013)

1.3 Βιώσιμη Οικονομική Προσέγγιση του Τουρισμού

Τόσο σε τοπικό, όσο σε εθνικό και διεθνές επίπεδο είναι αναγκαία η χάραξη τουριστικής πολιτικής που δε θα βασίζεται στην προσέκλυση όλο και περισσότερων επισκεπτών. Η επιλογή της μεγέθυνσης του πληθυσμιακού τουρισμού όγκου η οποία ακολουθείται μέχρι και σήμερα, οδήγησε στη μείωση της ποιότητας του παρεχόμενου προϊόντος, στον έλεγχο του τουρισμού και κατ' επέκταση της τοπικής οικονομίας από τους Tour Operators και σε πολλές περιοχές (π.χ.: Ρόδος, Κέρκυρα, Βαλεαρίδες Νήσοι) στην τουριστική μονοκαλλιέργεια. Προτείνεται λοιπόν η αύξηση της τουριστικής κατανάλωσης με τη δημιουργία εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτικός τουρισμός, θαλασσοθεραπεία κτλ) και ο περαιτέρω εμπλουτισμός των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων.

Επίσης η τουριστική πολιτική κυρίως στους Μεσογειακούς – παραθεριστικούς προορισμούς αρχίζει να εστιάζεται στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου τους πλάγιους μήνες με τη διεξαγωγή συνεδριών και εκδηλώσεων και στη συνέχεια να γίνει προσπάθεια για επίτευξη τουρισμού δωδεκάμηνης διάρκειας. Τα κονδύλια για την επίτευξη αυτού του στόχου μπορούν να συλλεχθούν είτε από τα προγράμματα αναπτυξιακών δράσεων διεθνών οργανισμών (π.χ.: Ευρωπαϊκή Ένωση), είτε από το κεντρικό κράτος, είτε κυρίως από τον ιδιωτικό τομέα της περιοχής του επί της ουσίας θα είναι αυτός που θα ευεργετηθεί περισσότερο από τις συγκεκριμένες αλλαγές.

Επιπρόσθετα κρίνεται αναγκαία η στήριξη του πρωτογενή και δευτερογενή τομέα παραγωγής, αρχικά για να περιοριστεί η περαιτέρω συρρίκνωσή τους και στη συνέχεια να αρχίσουν πάλι να έχουν δυναμική παρουσία στην τοπική και περιφερειακή οικονομία. Ο τελικός στόχος αυτής της πολιτικής εστιάζεται στη μείωση της τουριστικής μονοκαλλιέργειας και των παρενεργειών που έχει στο σύνολο της τοπικής οικονομίας. Επίσης, πρέπει να βελτιωθούν οι πολιτικές ενθάρρυνσης της απασχόλησης (τόσο από το κράτος, όσο και από τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην περιοχή). Η μείωση της ανεργίας και της εποχικότητας της εργασίας μπορεί να φέρει μεγαλύτερη τοπική κατανάλωση και οικονομική άνθιση των τοπικών εμπορικών επιχειρήσεων των τουριστικών προορισμών.

Η όλη προσπάθεια πρέπει να εστιάζεται σε ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο δράσης (Master Plan) τόσο σε εθνικό (κεντρικό), όσο και σε τοπικό επίπεδο. Η εν' λόγω στρατηγική πολιτική πρέπει να διακατέχεται από τις αρχές της ισόρροπης οικονομικής ανάπτυξης, της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων και της εξυπηρέτησης των συμφερόντων του τοπικού κοινωνικού συνόλου. Σε περίπτωση που τα οφέλη της τοπικής ανάπτυξης δε διαχέονται στην τοπική κοινωνία υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να υπάρξει έξαρση των κοινωνικών συγκρούσεων.

1.4 Μελλοντικοί Παράγοντες Επηρεασμού του Παγκόσμιου Τουρισμού

Ο πρώτος και βασικός παράγοντας είναι η τεχνολογική εξέλιξη. Έτσι, αυτή η μοναδική δύναμη αλλαγής του 20ου αιώνα τον 21ο μπορεί μόνο να γίνει πιο δυνατή. Η είσοδος των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό έχουν αναδιαμορφώσει το τοπίο του ανταγωνισμού των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και έχουν προσδώσει στις τουριστικές υπηρεσίες την αμεσότητα(π.χ.: Εικονική

Πραγματικότητα, Διαδίκτυο).

Ένας άλλος παράγοντας σχετίζεται με την προσδοκώμενη ζωή των κατοίκων του ανεπτυγμένου κόσμου. Σ' αυτές τις χώρες αναμένεται η μέση διάρκεια της ζωής των ατόμων να φτάσει ή ακόμα και να ξεπεράσει τα 90 χρόνια (Lockwood & Medlik, 2001). Από τη στιγμή που όλο και πιο πολλοί ηλικιωμένοι άνθρωποι εξακολουθούν να θέλουν να παίρνουν μέρος στις ίδιες δραστηριότητες και να ψυχαγωγούνται όπως μπορούσαν να κάνουν σε νεότερη ηλικία, τότε αναμενόμενο θεωρείται, οι τουριστικές ροές αυτών των ηλικιών να συνεχίζουν να αυξάνουν. Επιπλέον, κίνητρο αποτελεί το γεγονός ότι οι ηλικιωμένοι λαμβάνουν υψηλότερο αποθεματικό εισόδημα που μπορούν να διαθέσουν για το σκοπό αυτό.

Επιπρόσθετα πρέπει να σημειωθεί ότι ο χρόνος αρχίζει παγκοσμίως να γίνεται το πιο πολύτιμο αγαθό. Κάποτε θεωρούνταν ότι η τεχνολογία θα έδινε στον άνθρωπο τη δυνατότητα να έχει περισσότερο ελεύθερο χρόνο. Φρούδες ελπίδες. Στην ουσία συνέβη ακριβώς το αντίθετο. Οι εταιρίες ζητάνε μεγαλύτερη παραγωγικότητα από λιγότερα άτομα, το κόστος ζωής εκτοξεύτηκε στα ύψη και η διάρκεια των ωραρίων εργασίας αντί να μειωθεί, αυξήθηκε. Μέσα σ' ένα περιβάλλον έντονης πίεσης οι εργαζόμενοι και τα διπλού-εισοδήματος ζευγάρια ψάχνουν ολοένα και πιο πολύ για κάθε είδους προϊόν που προσφέρει την απλοποίηση της ζωής τους ή / και τους γεμίζει με ικανοποίηση και πολυτέλεια.

Επιπλέον, οι αξίες και ο τρόπος ζωής αλλάζουν. Η τεχνολογία παρέχει νέες ευκαιρίες και οι ανάγκες των καταναλωτών αλλάζουν τόσο στην επαγγελματική όσο και στην προσωπική τους ζωή. Παράλληλα οι άνθρωποι σε μια προσπάθεια να ζήσουν όσο το δυνατόν περισσότερο έχουν εισέλθει σε μία διαδικασία επίτευξης το δυνατόν μεγαλύτερης οικονομικής ευμάρειας η οποία συνδέεται άμεσα με τον επαγγελματικό τους προσανατολισμό. Έτσι αυξάνεται η επαγγελματική τους κινητικότητα και τάση για μεγαλύτερη εξειδίκευση με στόχο να μη χρειαστεί ν' αντιμετωπίσουν το φάσμα της ανεργίας. Όλα αυτά οδηγούν τους ανηλίκους να βλέπουν την ζωή τους να γεμίζει με άγχος και αναζητούν με κάθε τρόπο στιγμές ηρεμίας και χαλάρωσης, στρεφόμενοι όλο και περισσότερο στον τουρισμό αναψυχής.

Το ενδιαφέρον και η αγωνία για τις περιβαλλοντικές αλλαγές συνεχώς αυξάνεται. Τα θέματα ενδιαφέροντος αφορούν την ατμοσφαιρική ρύπανση, την απώλεια δασών, την τρύπα του όζοντος, το φαινόμενο του θερμοκηπίου, την απόθεση απορριμμάτων και λυμάτων, τη μείωση της ποιότητας της τροφής, τη λειψυδρία, την εξαφάνιση ειδών του φυτικού και ζωικού βασιλείου και τη διαχείριση των φυσικών πόρων. Όλα αυτά οδηγούν τους καταναλωτές να επιλέγουν προορισμούς που το φυσικό και δομημένο περιβάλλον είναι στην καλύτερη δυνατή κατάσταση αφού θεωρούν ότι το φυσικό και δομημένο κάλλος του τουριστικού προορισμού που επιλέγουν είναι κάτι για το οποίο πληρώνουν και απαιτούν.

Όλα αυτά οδηγούν τους ειδικούς να στρέφονται όλο και περισσότερο στην τουριστική ανάπτυξη που έχει βιώσιμο χαρακτήρα. Γι' αυτό όμως είναι αναγκαίο να επανακαθοριστεί ο τρόπος λειτουργίας και προστασίας τόσο της οικονομίας, όσο της κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

1.5 Ο Παγκόσμιος Τουρισμός μετά το τρομοκρατικό Κτύπημα

Το πρωτοφανές τρομοκρατικό επεισόδιο της 11ης Σεπτεμβρίου αναμφιβόλως άσκησε δυσμενείς επιπτώσεις στο διεθνή τουρισμό. Οι αριθμοί είναι, εν προκειμένω, πέρα για πέρα αποκαλυπτικοί. Με μέσο ρυθμό αυξήσεως, βάσει αφίξεων, 4,3% κατά την δεκαετία 1990-2000, ο παγκόσμιος τουρισμός αυξανόταν το 2001 μέχρι και τον Αύγουστο με ρυθμό 2,8%, παρά το γεγονός, ότι εξαιτίας του Millennium, συνετελέσθη τουριστική έκρηξη το έτος 2000(ρυθμός αυξήσεως 7%). Η κατά το 11% περίπου μείωση που επακολούθησε κατά το τελευταίο τετράμηνο του έτους είχε ως αποτέλεσμα μείωση του παγκόσμιου τουρισμού κατά 1,3%. Για το παρελθοντικό έτος υπάρχουν εκτιμήσεις ότι ο παγκόσμιος ρυθμός θα είναι της τάξεως του +1%.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού με επανειλημμένες εκκλήσεις παρότρυνε τις τουριστικές χώρες να λάβουν οικονομικά μέτρα εξουδετερώσεως των δυσμενών επιπτώσεων του αισθήματος ανασφάλειας στην τουριστική δραστηριότητα. Η ασύμμετρη επιβράδυνση ή μείωση που παρατηρήθηκε σε διάφορες χώρες οφείλεται πιθανότατα στο διαφορετικό βαθμό, με τον οποίο αυτές ανταποκρίθηκαν στην εν λόγω έκκληση. Αρκετές χώρες, μεταξύ των οποίων πρωτοστατεί η χώρα μας, προτίμησαν να χρησιμοποιήσουν την οικονομική επιβράδυνση και το αίσθημα ανασφάλειας που προκάλεσε το τρομοκρατικό κτύπημα, ως άλλοθι για την κακή πορεία των τουριστικών τους πραγμάτων, αντί να ακολουθήσουν δυναμική πολιτική είτε μέσω κινήτρων, είτε μέσω επιθετικής προβολής και διαφημίσεως, προς εξουδετέρωση των σε λογικά πλαίσια ανατρέψιμων αρνητικών τάσεων.

Πρέπει, πάντως να υπομνησθεί ότι η Ελλάδα υστέρησε σε τουριστική ανάπτυξη κατά την δεκαετία '90 και η υστέρηση αυτή εξακολουθεί να είναι παρούσα. Αν και υπάρχουν λόγοι, λόγοι διαθρωτικής φύσεως, λόγοι συνδεδεμένοι με την αναπτυξιακή πολιτική που ασκήθηκε στον τουριστικό τομέα, που εξηγούν την συγκριτική επιβράδυνση, εκφράζεται η ελπίδα ότι τα πράγματα θα ήταν πολύ καλύτερα αν η ασκούμενη τουριστική πολιτική είχε έστω και στοιχειωδώς προσαρμοσθεί στις ανάγκες της τρέχουσας συγκυρίας. Διότι, αν η θέση μας αυτή είναι ρεαλιστική, σημαίνει ότι υπάρχει έδαφος για σημαντική βελτίωση σε μεσοπρόθεσμη προοπτική, προτού δηλ. ασκηθεί μακροπρόθεσμη πολιτική στρατηγικού χαρακτήρα που θα αναγνωρίσει τον αναντικατάστατο δυναμικό ρόλο του τουρισμού, ως παράγοντα της οικονομικής αναπτύξεως της χώρας. Με άλλα λόγια, βραχυπρόθεσμη πολιτική, κατάλληλη και ως προς τους πόρους που θα διατεθούν αλλά και ως προς τη μορφή που θα λάβει, είναι εφικτό να έχει θετικά αποτελέσματα, διότι η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος μας έχει πολλαπλώς πληγεί:

- ✓ Με την εισδοχή της χώρας στην ζώνη του ευρώ, διατηρήθηκε σημαντικό τμήμα της υπερτιμήσεως του εθνικού νομίσματος, το οποίο είναι φυσικό να μην αφήνει περιθώρια στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για μείωση των τιμών.
- ✓ Με την συνεχιζόμενη «αποχή» της χώρας από τον ζωτικό για την πρόοδο του τουρισμού χώρο της προβολής και διαφημίσεως.
- ✓ Με τον εντεινόμενο ανταγωνισμό από τουριστικά αναδυόμενες, και όχι μόνο, μεσογειακές χώρες.

- ✓ Με το αυξανόμενο κόστος εργασίας ανά μονάδα προϊόντος, το οποίο όχι μόνο δεν επιτρέπει απορρόφηση τμήματος της εγκλωβισθείσας υπερτιμήσεως, αλλά εξασθενίζει περαιτέρω την πανταχόθεν βαλλόμενη ανταγωνιστικότητα.
- ✓ Με την εμμονή της Πολιτείας σε φορολόγηση του τουριστικού προϊόντος, βαρύτερη συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες χώρες.

Ευρισκόμεθα, ήδη, ένα βήμα προς της ενάρξεως της τουριστικής περιόδου και δεν κινείται φύλλο, σε πείσμα των θυελλωδών ανέμων που πνέουν πανταχόθεν.

Αν οι ιθύνοντες πιστεύουν ότι η επί διετία στασιμότητα-υποχώρηση του αλλοδαπού τουρισμού στην χώρα μας έχει δημιουργήσει απόθεμα δυνητικής ζητήσεως, το οποίο θα εκδηλωθεί κατά αυτόματο τρόπο, μάλλον θα απογοητευθούν.

Αν πάλι θεωρούν ότι τυχούσες εχθροπραξίες στο Ιράκ θα ακυρώσουν τις αναμενόμενες από μια διαφημιστική εκστρατεία ευμενείς για τον τουρισμό επιπτώσεις, κάνουν λάθος εκτίμηση. Όπως έδειξε μελέτη του ΙΤΕΠ, οι επιπτώσεις μιας διαφημιστικής εκστρατείας έχουν διάρκεια αισθητή μέχρι και 4-5 έτη, ενώ απαιτείται αδιάκοπη διαφημιστική παρουσία της τάξεως των 40 εκατ. \$ για να είναι αδιάκοπη η αναπτυξιακή διαδρομή.

Θα είναι άκρως απογοητευτικό και αποθαρρυντικό για τους επιχειρούντες στον τουριστικό τομέα, αν οι αποφάσεις για την τουριστική πολιτική που προσιδιάζει στην περίοδο που διανύουμε κυριαρχείται από τη σκέψη, ότι ο πόλεμος και η βραδυπορούσα ανάκαμψη θα παράσχουν ακόμη ένα άλλοθι για την αδράνεια και αβελτηρία μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Γεωγραφία της Μεσογείου Θάλασσας

Καταρχάς, η Μεσόγειος είναι γνωστή από τα αρχαιότερα χρόνια ως μεγάλη κλειστή θάλασσα, που βρίσκεται ανάμεσα σε τρεις ηπείρους την, Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική. Στα δυτικά συνδέεται με τον Ατλαντικό ωκεανό, δια του πορθμού του Γιβραλτάρ και στα ανατολικά με την Ερυθρά θάλασσα δια της διώρυγας του Σουέζ. Μαζί η Προποντίδα, ο Εύξεινος Πόντος και η Αζοφική θάλασσα που κατά την αντίληψη των Γάλλων, γεωγράφων θεωρούνται λανθασμένα ως εσωτερικά μέσα-παραρτήματα της ωστόσο, σύμφωνα με την αντίληψη των άγγλων γεωγράφων, θεωρούνται άσχετα με την μεσόγειο. Αυτή είναι η επικρατέστερη άποψη, ως πρακτικότερη επί της περιγραφής και έχει έκταση 2.966.000 τ. χλμ. ή περίπου 800.000 τ. μίλια. Το μέγιστο μήκος, από Γιβραλτάρ μέχρι των ακτών Συρίας, είναι 2.100 ν. μίλια ή 3.860 χλμ., το δε μέγιστο πλάτος 1.800 χλμ. ενώ το μέγιστο βάθος είναι 5.120 μ. σε απόσταση 62 μιλίων Νοτιοδυτικά από το ακρωτήριο Ταίναρο. Το μέσο πλάτος είναι 600 χλμ. και το μέσο βάθος 1.500 μ. Γενικά η Μεσόγειος Θάλασσα είναι η μεγαλύτερη κλειστή θάλασσα της Γης και μοιάζει με λίμνη (Βικιπαιδεία,2013).

Προέλευση ονόματος

Παρά το πλήθος των παράκτιων λαών εκ των οποίων αναπτύχθηκαν με τη σειρά τους διάφοροι αρχαίοι πολιτισμοί πρώτα εκ του Αιγαίου και της ανατολικής λεκάνης και μέχρι της δυτικής που εξαπλώθηκαν στη συνέχεια με ενδιάμεσες αποικίες περιέργως δεν είχε εξ αρχής και επί αιώνες ιδιαίτερο όνομα. Ο Ηρόδοτος π.χ. χρησιμοποιεί επί μέρους ονόματα θαλασσών και κολπώσεων της αντί ως ενιαίου συνόλου. Άλλοι δε αρχαίοι Έλληνες αναφέρονται σ' αυτήν περιφραστικά, είτε προς τον έξω από τις Ηράκλειες στήλες απλούμενο ωκεανό, είτε ως γνωστότερη την έσω από τις εν λόγω στήλες όπως π.χ. ο Στράβων την ονομάζει: «η εντός και καθ' ημάς λεγόμενη θάλασσα», προσδιορισμό που πιστά μιμήθηκαν αργότερα και οι Ρωμαίοι και την μετέφρασαν σε «mare nostrum» (= ημέτερη θάλασσα). Ο δε Διόδωρος ο Σικελιώτης την ονομάζει θάλασσα έναντι εκείνου του ωκεανού. Το αυτό και ο Πολύβιος ενώ άλλοι Ρωμαίοι χρησιμοποιούν τον όρο «mare internum» ή «mare insentinum» (=εσωτερική θάλασσα) καθώς και «Mare magnum» (=Μεγίστη θάλασσα) (Βικιπαιδεία,2013).

Η πατρότητα του όρου «Μεσόγειος θάλασσα» ανήκει ιστορικά στους Λατίνους και μάλιστα περί τα μέσα του 3ου αιώνα όπου πρώτος ο Σολίνος την ονομάζει χαρακτηριστικά «Mare Mediterraneum» ως μεταξύ δύο ηπείρων θάλασσα, καθιστάμενος ιστορικός ανάδοχος του ονόματος αυτής. Ο 16ος και 17ος αιώνας βρίσκει τη θάλασσα αυτή να ονομάζεται: Λευκή θάλασσα ή θάλασσα των Ελλήνων (έτσι την ονόμαζαν και οι Τούρκοι σε αντιδιαστολή με το Αιγαίο και τη Μαύρη θάλασσα). Η προέλευση του ελληνικού όρου «Μεσόγειος» οφείλεται στον γεωγράφο - επίσκοπο Αθηνών Μελέτιο με τον επιπρόσθετο χαρακτηρισμό «δεύτερο κόλπο του ωκεανού», εννοώντας ως πρώτο τον Βισκαϊκό.

Ιστορικά ονόματα που έχουν δοθεί για επιμέρους περιοχές της Μεσογείου είναι: Σαρδωό πέλαγος, Ιβηρικό π., Γαλλικό π., Ταρτησός Κόλπος, Βαlearικό π., Λυγουρικό, Λιγυστικό, Αυσώνιο, Τυρρηνό, Σικελικό, Ιωνικό, Αιγαίο, Αδρίας, Ρόδιο, Κύπριο, Κιλικίας αυλών κ.ά. (Βικιπαιδεία,2013).

Εικόνα 2.1: Η Μεσόγειος Θάλασσα



Πηγή: Βικιπαιδεία

Γεωγραφική θέση

Η γεωγραφική θέση της Μεσογείου στον παγκόσμιο χάρτη της Γης προσδιορίζεται από τους γεωγραφικούς παραλλήλους και μεσημβρινούς που την πλαισιώνουν, δηλαδή από το γεωγραφικό πλάτος 30° 15' Β. έως 45° 50' Β. και από το γεωγραφικό μήκος 05° 21' Α. μέχρι 36° 10' Α. Η Μεσόγειος θάλασσα βρίσκεται λοιπόν στο Βόρειο και Ανατολικό ημισφαίριο της Γης (Βικιπαιδεία,2013).

Γεωμορφολογία και Κλίμα

Μεσόγειος είναι βαθιά θάλασσα με πολλά παράλια και μεγάλα νησιά όπως: Κύπρος, Κρήτη, Εύβοια, Λέσβος, Ρόδος, Χίος, Κεφαλονιά και Κέρκυρα στην ανατολική Μεσόγειο. Σικελία, Σαρδηνία, Κορσική και Μάλτα στη κεντρική Μεσόγειο. Μαγιόρκα, Ίμπιζα και Μινόρκα στη δυτική Μεσόγειο. Λόγω της θέσης της και του ότι είναι μία κλειστή θάλασσα με μόνο δύο εξόδους στις ακτές της επικρατεί γενικά ήπιο κλίμα, το οποίο ονομάζεται μεσογειακό (Βικιπαιδεία,2013).

Πολιτική γεωγραφία

Η Ασία, η Ευρώπη και η Αφρική βρέχεται από την Μεσόγειο θάλασσα.

- ✓ Όσο αφορά την Ευρώπη καλύπτει τις εξής χώρες: Ισπανία, Γαλλία, Μονακό, Ιταλία, Μάλτα, Σλοβενία, Κροατία, Βοσνία - Ερζεγοβίνη, Μαυροβούνιο, Αλβανία, Ελλάδα και Κύπρος.
- ✓ Η Μαύρη θάλασσα: Βουλγαρία, Ρουμανία, Ουκρανία, Ρωσία και Γεωργία.
- ✓ Στην Ασία βρέχει τις εξής χώρες: Τουρκία, Συρία, Λίβανος, Ισραήλ και Παλαιστίνη.
- ✓ Τέλος, η Μεσόγειος περιβάλλει την Αφρική τις εξής χώρες: Μαρόκο, Αλγερία, Τυνησία, Λιβύη και Αίγυπτος.

Στις ακτές της Μεσογείου βρίσκονται μεγάλες πόλεις όπου βρίσκονται και τα μεγάλα λιμάνια της. Μεγάλες πόλεις και λιμάνια της Μεσογείου είναι: Βαρκελώνη, Ταραγκόνα, Βαλένθια, Καρταγκένα, Μασσαλία, Μονακό, Νίκαια, Τουλόν, Γένοβα, Λιβόρνο, Μπάρι, Μεσσίνα, Μπρίντιζι, Ανκόνα, Πεσκάρα, Παλέρμο, Κατάνια, Νάπολη, Κάλιαρι(Σαρδηνία), Συρακούσες, Βαλέτα, Τάραντο, Ρίμινι, Σπλίτ (Κροατία), Δυρράχιο, Τεργέστη, Βενετία, Ντουμπρόβνικ, Αλγέρι, Πάλμα ντε Μαγιόρκα, Ίμπιζα, Μάλαγα, Τύνιδα, Τρίπολη Λιβύης, Γκαμπές, Αλεξάνδρεια, Ηράκλειο, Γύθειο, Πειραιάς, Λαύριο, Θεσσαλονίκη, Βόλος, Χαλκίδα, Πάτρα, Κέρκυρα, Καλαμάτα, Ερμούπολη, Καβάλα, Αλεξανδρούπολη, Σμύρνη, Κωνσταντινούπολη, Μπουργκάς, Ρόδος, Οδησσός, Βατούμι, Κωνσταντζα, Σεβαστούπολη, Σοχούμι, Νοβοροσίρσκ, Τραπεζούντα, Μερσίνα, Αττάλεια, Αλεξανδρέττα (Ισκεντερουμ), Λεμεσός, Πάφος, Κερύνεια, Βηρυττός, Χαΐφα, Τελ Αβίβ, Τρίπολη (Λιβάνου), Χανιά, Ρέθυμνο, Πορτ Σάιντ.

2.2 Ο τουρισμός στη Μεσόγειο

Παρά τις διάφορες οπισθοδρομήσεις, ο παγκόσμιος τουρισμός, ως προϊόν της εποχής μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ανέβηκε στα ύψη με 625 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις το 1998 από 14 εκατομμύρια τουρίστες το 1948 για να γίνει η σημαντικότερη παγκόσμια βιομηχανία, παράγοντας \$3.6 τρισεκατομμύρια από το Ακαθάριστο Προϊόν και απασχολώντας 225 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως. Παρά τη σχετική πτώση των αφίξεων στη περιοχή και τη μερική μετατόπιση των τουριστικών ροών σε χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού, στο κατώφλι του 21ου αιώνα, η περιοχή της Μεσογείου παρέμεινε ο παγκόσμιος πρωταρχικός τουριστικός προορισμός, που δεχόταν τότε το 40% περίπου όλων των διεθνών τουριστικών αφίξεων καθώς και το 30% όλων των τουριστικών εισπράξεων. Επιπλέον, ο τουρισμός απασχολούσε πάνω από 5 εκατομμύρια άτομα (Apostolopoulos & Sonmez, 2000).

Οι συνολικές αφίξεις τουριστών στις 21 χώρες της Μεσογείου ανήλθαν από 86 εκατομμύρια το 1975, σε 125 εκατομμύρια το 1985, πάνω από 200 εκατομμύρια το 1990, και ξεπέρασαν τα 250 εκατομμύρια στο τέλος του αιώνα (Apostolopoulos & Sonmez, 2000). Το 75% των τουριστών επισκέπτονται τις βόρειες Μεσογειακές χώρες και το 25% τις νότιες (Amico & Giudice, 2006). Ωστόσο, η 40-ετής κυριαρχία της περιοχής της Μεσογείου ως τουριστικός προορισμός άρχισε να εξασθενεί και το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν ήλιου, άμμου και θάλασσας (3S) της Μεσογείου βίωσε μια κρίση με αποτέλεσμα να χάσει μερίδιο αγοράς έναντι άλλων γεωγραφικών περιοχών (π.χ. Ειρηνικός, Νοτιοανατολική Ασία) και εναλλακτικών τουριστικών προϊόντων. Σήμερα, η Μεσόγειος αποτελεί μία από τις σημαντικότερες τουριστικές περιοχές στον κόσμο. Η κοινωνικοπολιτιστική, οικονομική, και βιοκλιματική ετερογένεια των 21 μεσογειακών χωρών έχει μετασηματίσει την περιοχή στη σημαντικότερη τουριστική περιοχή παγκοσμίως, η οποία κερδίζει περίπου το ένα τρίτο των συνολικών τουριστικών εισπράξεων παγκοσμίως και δέχεται τις μισές από τις διεθνείς αφίξεις. (Apostolopoulos & Sonmez, 2000).

Η βαθμιαία πτώση στην τουριστική αγορά της Μεσογείου σύμφωνα με τους Apostolopoulos και Sonmez (2000), θα μπορούσε να αποδοθεί στους εξής παράγοντες:

- ✓ η εμφάνιση νέων γεωγραφικών περιοχών ως ανταγωνιστικοί τουριστικοί προορισμοί και οι επακόλουθες ταξιδιωτικές μετατοπίσεις.
- ✓ η αναζήτηση για εναλλακτικές μορφές τουρισμού (π.χ. οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός) παρά την απομένουσα δημοτικότητα του παραδοσιακού προτύπου τουρισμού σε θέρετρα.
- ✓ η αργή, ασυντόνιστη, και συχνά διστακτική Μεσογειακή ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων.
- ✓ η εποχικότητα - πάνω από το 40% της τουριστικής δραστηριότητας πραγματοποιείται μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου, και:

- ✓ οι σποραδικές περιφερειακές πολιτικές συγκρούσεις και η τρομοκρατία (όπως αυτές στη Μέση Ανατολή, τη Βόρεια Αφρική, και την πρώην Γιουγκοσλαβία).

Οι παράγοντες αυτοί έχουν αποτελέσει μερικούς από τους κύριους λόγους για τη στασιμότητα του μεριδίου της αγοράς που κατείχε η Μεσόγειος την προηγούμενη δεκαετία. Σαν αποτέλεσμα, η περιοχή έχει στραφεί πλέον στους "μεγάλης απόστασης" ταξιδιώτες (από τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία), τις καινούργιες αγορές (Ανατολική Ευρώπη και ταξίδι δια της Μεσογείου), και τις κρουαζιέρες για να αυξήσει τις αφίξεις τουριστών. Αυτές οι προσπάθειες είναι από μόνες τους ανεπαρκείς - οι μεσογειακές χώρες πρέπει να υπερνικήσουν τις προαναφερθείσες προκλήσεις για να είναι η μελλοντική επιτυχία εγγυημένη (Apostolopoulos & Sonmez, 2000).

2.3 Αναδόμηση του συστήματος Μεσογειακού τουρισμού

Σύμφωνα με τους Apostolopoulos και Sonmez (2000), ο χρόνος θεωρείται ώριμος για τις 21 μεσογειακές χώρες ώστε να αξιολογήσουν τις τουριστικές βιομηχανίες τους στα πλαίσια των στρατηγικών βιώσιμης ανάπτυξης, να αρχίσουν να λαμβάνουν υπόψη την αναδόμηση των βιομηχανιών τους για να αυξηθεί η αποδοτικότητα και η ανταγωνιστικότητα, και να διαμορφώσουν στρατηγικές συμμαχίες για τις προσπάθειες συνεταιριστικού μάρκετινγκ προκειμένου να διατηρηθεί μια ανταγωνιστικότητα στην παγκόσμια τουριστική αγορά στο κατώφλι της τρίτης χιλιετίας.

Στο πλαίσιο αυτό, η περιοχή της Μεσογείου πρέπει να εμμένει στις ευρύτερες αλλαγές στην παραγωγή και την κατανάλωση τουριστικών υπηρεσιών και να παρέχει στον καταναλωτή της τουριστικής εμπειρίας καινοτόμα νέα προϊόντα. Προς αυτή την κατεύθυνση, η ποικιλομορφία στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις και τον πολλαπλασιασμό των εναλλακτικών προορισμών, η διαφοροποίηση των ειδών των διακοπών, η ανάπτυξη των νέων προορισμών, η αύξηση των «μαλακότερων» μορφών τουρισμού, αποτελούν τις απαραίτητες διαστάσεις για την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη. Κατόπιν, αυτές οι προσπάθειες μπορούν να προωθήσουν την απασχόληση, να αυξήσουν τα εισοδήματα, να ελαχιστοποιήσουν τις κοινωνικές εντάσεις, και τελικά να οδηγήσουν στην ευρύτερη ειρήνη και σταθερότητα στην περιοχή. Επιπλέον, τέτοιες προσπάθειες θα δημιουργήσουν το πιο κατάλληλο υπόβαθρο για την επίτευξη της συνεργασίας και τη διαμόρφωση των συμμαχιών μεταξύ των μεσογειακών εθνών (Apostolopoulos & Sonmez, 2000).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Ελληνικός Τουρισμός Σήμερα

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Γι' αυτόν το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας.

Η Ελλάδα είναι ένας από τους πιο διάσημους τουριστικούς προορισμούς, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και παγκοσμίως. Ο τουρισμός συνεισφέρει περισσότερο από 10% του Α.Ε.Π. (Spertou & Pappas, 2004) ενώ αυτή η συνεισφορά φτάνει στο 18% του Α.Ε.Π., αν ληφθούν υπόψη οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του στο σύνολο της οικονομίας (Ανδρεάδης, 2005). Κατά τη μεταπολεμική περίοδο ο τουρισμός στην Ελλάδα επέφερε σημαντικές αλλαγές στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Τις τρεις τελευταίες δεκαετίες ο ελληνικός τουρισμός αποτέλεσε πεδίο μελέτης τόσο για τις κρατικές υπηρεσίες όσο και για τους ερευνητές (Moutafi, 2004). Η Ελληνική τουριστική ανάπτυξη και οι πολιτικές που ακολουθήθηκαν από τις τοπικές ηγεσίες και το κεντρικό κράτος, δημιούργησαν την ανάγκη για διερεύνηση των αιτιών που οδήγησαν στην υφιστάμενη κατάσταση, καθώς και στην κατανόηση της αναγκαιότητας για λήψη δράσεων ώστε να βελτιωθεί το εθνικό τουριστικό προϊόν.

3.2 Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού

Η ανταγωνιστικότητα είναι το σχετικό μέγεθος που προκύπτει από τη σύγκρισή με τον καλύτερο ή, διαφορετικά, η ικανότητα μας να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας. Ανταγωνιστές μας είναι οι χώρες τουριστικοί προορισμοί που είτε παράγουν ίδιο ή παρεμφερές τουριστικό προϊόν με το δικό μας, είτε/και απευθύνονται στις ίδιες αγορές για άντληση πελατείας. Έτσι, η Ισπανία, η Τουρκία, η Κύπρος και η Αίγυπτος προκύπτουν ως οι κύριοι ανταγωνιστές μας.

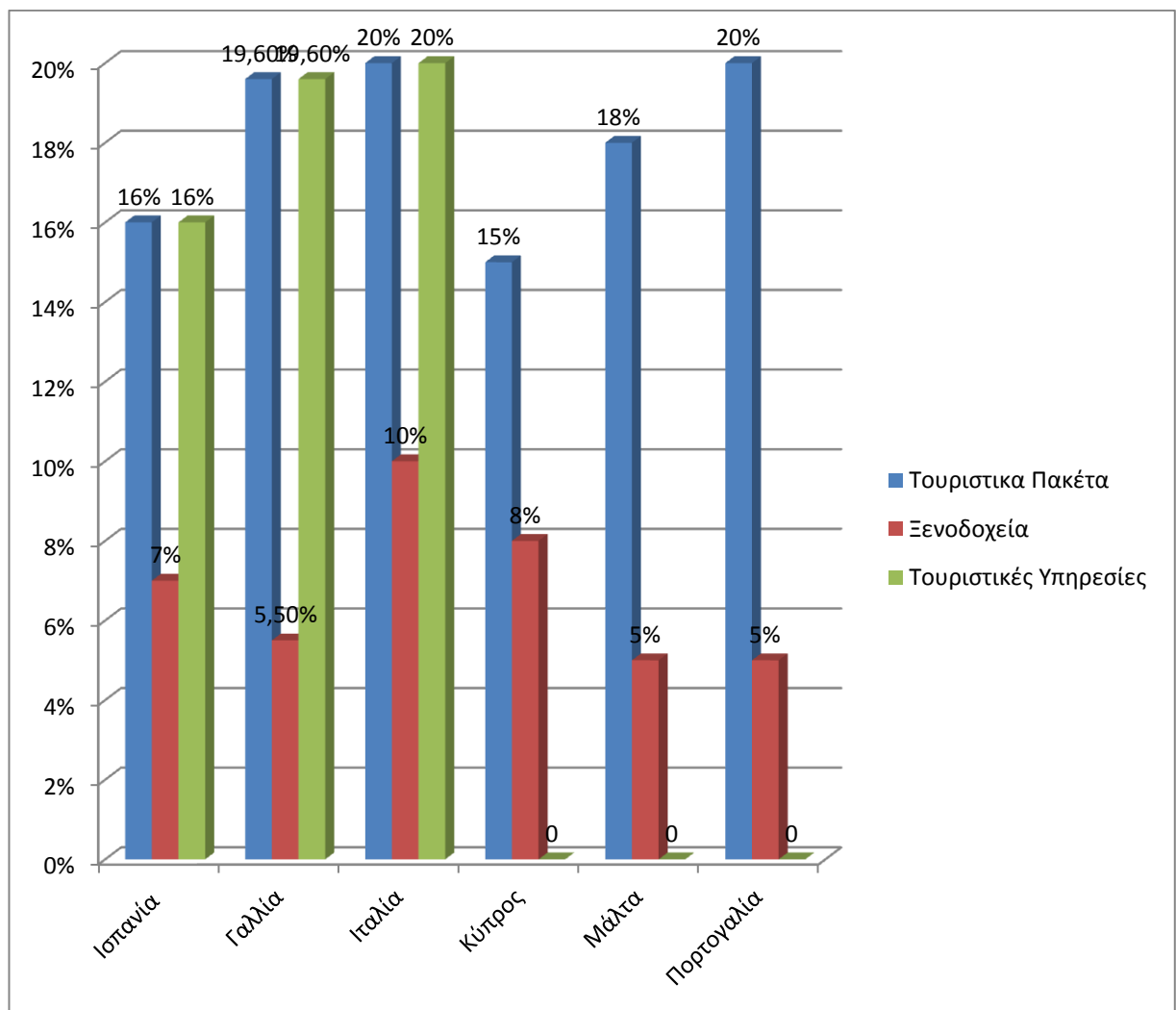
Σύμφωνα με πληροφορίες από τον Τύπο στα πλαίσια των αλλαγών που προωθεί το Υπουργείο Οικονομικών για μεταφορά προϊόντων και υπηρεσιών από τον χαμηλό στον κανονικό συντελεστή ΦΠΑ, συζητείται η μεταφορά υπηρεσιών του τουρισμού – ξενοδοχείων και λοιπών τουριστικών υπηρεσιών – από την κατηγορία του 11% σε αυτή του 23%. Ήδη δε, η αύξηση του ΦΠΑ στις επιχειρήσεις του κλάδου μας (από 9% σε 11% και από 19% σε 23% στη διάρκεια ενός εξαμήνου) έχει δημιουργήσει σοβαρότατο πρόβλημα ανταγωνιστικότητας στις επιχειρήσεις μας.

Η μετάταξη σε υψηλότερο συντελεστή ΦΠΑ, θα είχε καταστροφικές συνέπειες για την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού, δεδομένου ότι όπως είναι γνωστό, σύμφωνα με τη κείμενη νομοθεσία, ο ΦΠΑ προστίθεται στο κόστος της υπηρεσίας. Όσον αφορά τα ελληνικά τουριστικά πακέτα, σε μια περίοδο που η ανταγωνιστικότητά τους θα έπρεπε να ενισχυθεί, μια τέτοια ρύθμιση (αύξηση των συντελεστών ΦΠΑ στα συνθετικά στοιχεία τους - τουριστικά λεωφορεία, ξενοδοχεία), θα προκαλέσει ακριβώς το αντίθετο αποτέλεσμα. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να υπενθυμίσουμε ότι:

1... Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας από την ECTAA (2009), οι ανταγωνίστριες μας χώρες, εντός ευρωζώνης, έχουν χαμηλότερους συντελεστές ΦΠΑ, τόσο για τις υπηρεσίες των τουριστικών γραφείων όσο και για τα τουριστικά πακέτα, τα τουριστικά λεωφορεία και τα ξενοδοχεία.

Ενδεικτικά σημειώνουμε:

Μεταβολή στους τομείς των τουριστικών πακέτων, των ξενοδοχείων και στις τουριστικές υπηρεσίες.



2... Η Ελλάδα, χώρα της Νότιο- ανατολικής Ευρώπης, έχει βασικούς ανταγωνιστικούς προορισμούς, χώρες εκτός της ευρωζώνης, όπως η Τουρκία, η Κροατία και η Αίγυπτος, οι οποίες μπορούν να διατηρούν ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές έναντι της Ελλάδας.

Είναι κοινός τόπος ότι ο Ελληνικός Τουρισμός αποτελεί τον κύριο μοχλό για την ανάκαμψη της οικονομίας μας. Η ελληνική πολιτεία οφείλει να λάβει μέτρα για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, προκειμένου ο ελληνικός τουρισμός, ο οποίος δοκιμάζεται την τελευταία διετία, να ανακτήσει τη θέση του στη διεθνή τουριστική αγορά (Άρθ. Υπουργείο Οικονομικών 2010).

3.3 Ο Τουρισμός στην Ελληνική Οικονομία

Ο τουρισμός τα τελευταία τριάντα χρόνια (30) αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Σχεδόν ένας στους πέντε κατοίκους της χώρας μας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, όπου παρά τη διόγκωσή του τα τελευταία τρία χρόνια, οι τουριστικές εισπράξεις καλύπτουν σχεδόν το 1/3 αυτού. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%. Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2.184 ή, με άλλα λόγια κάθε Ευρώ που καταναλώνεται στο τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

Η συμβολή του τουρισμού είναι επίσης σημαντική στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σαφής ένδειξη, έως απόδειξη, είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς στη διάρκεια μιας περιόδου όπου, οι περισσότεροι νομοί χάνουν πληθυσμό λόγω εσωτερικής μετανάστευσης που προκαλεί η κατά τόπους ανεργία.

Στα 34,4 δισ. ευρώ ή 15,1% του ΑΕΠ (στοιχεία 2010) ανέρχεται η συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, όπως τονίζεται σε μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) με τίτλο: «Η Επίδραση του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία». Μάλιστα υπογραμμίζεται ότι τα 15,2 δισ. ευρώ αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα, η οποία δημοσιοποιήθηκε σήμερα. Στην έρευνα σημειώνεται ότι είναι αρκετά πιθανό με τα στοιχεία του 2011, όταν το ΑΕΠ συρρικνώθηκε, ενώ οι ταξιδιωτικές αφίξεις, αλλά και εισπράξεις αυξήθηκαν, η τελική συμβολή να είναι ακόμα μεγαλύτερη. Εξάλλου εκτιμάται ότι για κάθε 1.000 ευρώ τουριστικής δαπάνης το ακαθάριστο προϊόν της ελληνικής οικονομίας αυξάνεται κατά περίπου 2.220 ευρώ.

Ταυτόχρονα, η επίτευξη του στόχου των 20 εκατ. αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών στην Ελλάδα, θα είχε ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το

εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 12,8 δισ. ευρώ, ενώ σε όρους συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ η επιπλέον επίδραση θα ξεπερνούσε τα 7 δισ. ευρώ σε σχέση με το 2010, δηλαδή 3% του ΑΕΠ. Σε όρους απασχόλησης, η άμεση και έμμεση τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα εκτιμάται σε 446 χιλ. εργαζόμενους, ενώ συνολικά 741 χιλ. θέσεις απασχόλησης (ή 16% της συνολικής απασχόλησης της χώρας) υποστηρίζονται από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα. Σε αντίθεση όμως, με άλλους κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, οι Κατασκευές, κλπ., η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε έναν μεμονωμένο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Η ιδιαιτερότητά του εντοπίζεται στον προσδιορισμό εκείνων των δραστηριοτήτων, η ζήτηση των οποίων προέρχεται από μια συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους επισκέπτες μιας περιοχής. Προκειμένου επομένως, να αναλυθεί η επίδρασή του στην οικονομία είναι αναγκαίος ο προσδιορισμός των οικονομικών δραστηριοτήτων (κλάδων) που συμμετέχουν στην παραγωγή- διάθεση αγαθών και υπηρεσιών που συνθέτουν την τουριστική κατανάλωση.

Όσον αφορά στην άμεση επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας, τα 2/3 σχεδόν αυτής είναι αποτέλεσμα της ζήτησης για υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης. Στον τομέα των μεταφορών η συνεισφορά ξεπερνά τα 3,1 δισ. ευρώ, με σημαντικότερη εκείνη του κλάδου των θαλάσσιων μεταφορών στον οποίο εντάσσεται ένα εκτεταμένο δίκτυο ακτοπλοϊκών δραστηριοτήτων, όπως επίσης και δραστηριοτήτων σχετικών με τον θαλάσσιο τουρισμό. Σημαντική είναι επίσης η επίδραση από τις οδικές μεταφορές η οποία εκτιμάται περίπου στο 7% της άμεσης επίδρασης, ενώ ελαφρώς μικρότερη είναι η συνεισφορά από τον κλάδο των αερομεταφορών επιβατών (5%).

Στις επιμέρους κατηγορίες που σχετίζονται με την τουριστική κατανάλωση, η συνεισφορά από τις αγορές αγαθών λιανικού εμπορίου εκτιμάται στο 5% της συνολικής άμεσης επίδρασης. Σχεδόν αντίστοιχη, είναι η αναλογία για τις Ψυχαγωγικές- Πολιτιστικές- Αθλητικές Δραστηριότητες και τα Ταξιδιωτικά γραφεία, ενώ στις Ενοικιάσεις αυτοκινήτων το ποσοστό ανέρχεται στο 2%. Η μικρότερη επίδραση καταγράφεται στη Διοργάνωση Εμπορικών Εκθέσεων- Συνεδρίων (1%) γεγονός όμως, που αντανακλά τις θετικές επιπτώσεις -σε όρους δημιουργίας προστιθέμενης αξίας- από την πραγματοποίηση συνεδρίων κυρίως για τα ξενοδοχεία και την εστίαση.

Αντίστοιχα, η έμμεση επίδραση εκτιμάται στα 5,2 δισ. ευρώ. Οι κλάδοι που επωφελούνται σε μεγαλύτερο βαθμό από τον τουρισμό είναι το Εμπόριο, ο κλάδος της Διαχείρισης ακίνητης περιουσίας και οι Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Θετικά επηρεάζεται επίσης, η επιχειρηματική δραστηριότητα στις Κατασκευές και τις Τηλεπικοινωνίες, ενώ σημαντική είναι η συνεισφορά από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος τόσο στον Πρωτογενή τομέα (Γεωργία, Κτηνοτροφία και Αλιεία) όσο και στην εγχώρια βιομηχανική παραγωγή. Από την άλλη πλευρά, η προκαλούμενη επίδραση από την αύξηση της κατανάλωσης των νοικοκυριών εκτιμάται στα 13,9 δισ. ευρώ.

Εξίσου σημαντική είναι και η συμβολή στα έσοδα από την έμμεση

φορολογία, τους φόρους δηλαδή (ΦΠΑ, φόροι και δασμοί επί των προϊόντων που εισάγονται και Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης) που καταβάλλουν οι επιχειρήσεις για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών ως εισροές για την παραγωγική τους διαδικασία. Η συνολική επίδραση εκτιμάται σε περίπου 1,4 δισ. ευρώ ή στο 5% των εσόδων του κράτους από την έμμεση φορολογία το 2010.

Τέλος, στην έρευνα του IOBE επισημαίνεται ότι είναι απαραίτητη, η αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού οι οποίες θα λειτουργήσουν συμπληρωματικά του υφιστάμενου προτύπου γύρω από τον ήλιο και τη θάλασσα, που αποτελεί τον πυλώνα ανάπτυξης του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, όπως διαμορφώνεται από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς, μορφές τουρισμού, όπως ο τουρισμός πόλεων (στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη), ο συνεδριακός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας, σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας μπορούν να βοηθήσουν ουσιαστικά προς την κατεύθυνση αυτή (Η Καθημερινή 2013).

Πάνω από 1% θα είναι η συνεισφορά του τουρισμού φέτος στο ΑΕΠ της χώρας δείγμα της καλής πορείας που καταγράφει το ελληνικό τουριστικό προϊόν, το οποίο θυμίζει ημέρες του 2007, όταν οι τουριστικές αφίξεις έφτασαν τα 16,5 εκατομμύρια και τα έσοδα ανήλθαν στα 11,3 δισ. ευρώ (ΣΕΤΕ 2013).

Για την τρέχουσα τουριστική περίοδο, σύμφωνα με τον πρόεδρο του ΣΕΤΕ Ανδρέα Ανδρεάδη, οι αφίξεις τουριστών αναμένεται να φτάσουν τα 16,5 εκατομμύρια και τα τουριστικά έσοδα να σημειώσουν άνοδο πάνω από 12% σε σχέση με πέρυσι, με τα χαμόγελα των παραγόντων της τουριστικής βιομηχανίας να περισσεύουν. Αύξηση 10% στα έσοδα, σύμφωνα με εκτιμήσεις των φορέων του τουρισμού, ισοδυναμούν με μια αύξηση 1% στο ΑΕΠ της χώρας.

Επιτέλους σταμάτησε η κατρακύλα του ελληνικού τουρισμού, δηλώνει με νόημα ο πρόεδρος των ξενοδόχων Κεφαλονιάς και μέλος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων. Στο σημείο αυτό να τονιστεί ότι ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ζητά να εφαρμοστεί ενιαίος συντελεστής ΦΠΑ στο 6,5% σε όλους τους δυνατούς συνδυασμούς του τουριστικού πακέτου, όπως ακριβώς συνέβη και με την διαμονή στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Με αυτό το σκεπτικό, ενιαίος συντελεστής θα εφαρμόζεται επί της συνολικής αξίας των υπηρεσιών που περιλαμβάνει το κάθε πακέτο, το οποίο μπορεί να έχει μια από τις ακόλουθες πέντε μορφές: «διανυκτέρευση», «διανυκτέρευση με πρωινό», «διανυκτέρευση με ημιδιατροφή», «διανυκτέρευση με πλήρη διατροφή» και «διανυκτέρευση με allinclusive» (Πηγή: <http://www.skai.gr/news/greece/article/178716/tourismos-panoapo-to-1-i-sumvoli-tou-sto-fetino-aep/#ixzz2NJPWizON>).

3.4 Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη και Πολιτική

Σε ολόκληρη τη περίοδο του μεσοπολέμου ο αριθμός των ξένων τουριστών στην Ελλάδα παρέμεινε μάλλον περιορισμένος γύρω στις 100.000 ετησίως, από τους οποίους το 1/3 ταξίδευε ομαδικά σε κρουαζιέρες και διέμενε στην Αθήνα μόνο μια ημέρα. Από τα δέκα ταξιδιωτικά γραφεία της Αθήνας, τα τέσσερα ελέγχονταν από ξένους (Μουσείο Τουρισμού, 2006). Παρά την αδιαμφισβήτητη πρόοδο που σημειώνονταν στις αφίξεις και στην ανάπτυξη της υποδομής, ο τουρισμός δεν είχε ακόμη πλήρως πείσει για τις δυνατότητές του.

Τα πράγματα άλλαξαν ριζικά μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Η τουριστική ανάπτυξη, υπό την επίδραση της γενικότερης φιλελευθεροποίησης στις ιδέες και στα ήθη, προσανατολίσθηκε σε ολοένα και περισσότερο φυσιολατρικές κατευθύνσεις και κυρίως προς τον θαλάσσιο τουρισμό, χωρίς ωστόσο να ατονήσει τελείως η σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό που συμπλήρωναν σε κάποιο βαθμό το πρόγραμμα των επισκεπτών. Η τουριστική ανάπτυξη που συντελέστηκε στην Ελλάδα τη μεταπολεμική περίοδο δε μετέβαλε μόνο τον τρόπο των διακοπών και τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών, αλλά αύξησε σημαντικά και τον πληθυσμιακό τους όγκο. Υπάρχουν πολλοί λόγοι που αναπτύχθηκε μεταπολεμικά ο τουρισμός τόσο στον κόσμο όσο και στην Ελλάδα. Οι βασικότεροι λόγοι είναι έξι (Pappas, 2001):

- ✓ Η μείωση των ωρών εργασίας των δυνητικών τουριστών
- ✓ Η δυναμική ανάπτυξη του «δικαιώματος» για διακοπές, νοώντας ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι είχαν και διαθέταν χρόνο για αναψυχή
- ✓ Η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς
- ✓ Η βελτίωση του εισοδήματος των πολιτών, ιδιαίτερα αυτών που προέρχονταν από χώρες αποστολής τουριστών, και η δημιουργία μεσαίας κοινωνικής τάξης
- ✓ Η μαζική παραγωγή και κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος με αποτέλεσμα τη μείωση της τιμής στο διατιθέμενο προϊόν
- ✓ Η ανάπτυξη των τεχνολογιών επικοινωνίας και η πρόσβαση των τουριστών με τη δουλειά και το σπίτι τους

Όλοι αυτοί οι λόγοι που συντέλεσαν στη ραγδαία πληθυσμιακή αύξηση των τουριστών και στη δημιουργία τουριστικών πακέτων που ήταν πλέον προσιτά και σε χαμηλότερες οικονομικές τάξεις, οδήγησαν στον επαναπροσδιορισμό των οικονομικών σχέσεων, τόσο των ντόπιων μεταξύ τους, όσο και των τομέων παραγωγής των κοινωνιών υποδοχής.

Κατά τη δεκαετία του 70' πολλές Ελληνικές περιφέρειες, ιδιαίτερα οι νησιωτικές, γνώρισαν δραματικές αλλαγές στην οικονομική τους βάση. Ύστερα από πολλές δεκαετίες με μια οικονομία που η γεωργία αποτελούσε το βασικό τομέα παραγωγής και που συμπληρώνονταν από την αλιεία και τη ναυσιπλοΐα, η ζήτηση

για διακοπές των ατόμων που προέρχονταν κυρίως από τις δυτικοευρωπαϊκές χώρες επαναπροσδιόρισε την εθνική παραγωγική δραστηριότητα (Andiriotis, 2000).

Έτσι δόθηκε έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη, προσδιορίζοντάς την ως την κύρια αναπτυξιακή στρατηγική με στόχο τη βελτίωση της τοπικής και εθνικής οικονομίας, καθώς και του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων. Ο Ελληνικός τουρισμός αυξήθηκε σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες ενώ αυτή η ανάπτυξη αναμένεται να συνεχιστεί. Μη μητροπολιτικές περιοχές της χώρας έχουν ήδη επωφεληθεί από αυτή την ανάπτυξη (Gibson, 1993).

Ο τουρισμός αποτέλεσε για την Ελλάδα ένα σημαντικό συστατικό στην οικονομία της επαρχίας, ενώ η ανάπτυξη αυτών των περιοχών ουσιαστικά τις μετέβαλε στις οικονομικά ισχυρές περιφέρειες της χώρας (π.χ. Κρήτη, Κέρκυρα, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα κλπ). Το σύνολο των εσόδων της Ελλάδας από τον τουρισμό έφθασε το 2004 τα 10,5 δισεκατομμύρια €, όντας μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εθνικών εξαγωγών, προϊόντων και υπηρεσιών, και κάλυψε περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εθνικών εξωτερικών πληρωμών (Παπάς, 2006).

Σήμερα στον Ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περίπου 800.000 εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (Ανδρεάδης, 2005). Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο Ελληνικός τουρισμός καταγράφει εντυπωσιακές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του (WTO, 2005) η Ελλάδα το 2003 κατατάσσεται στη 10η θέση παγκοσμίως σε σχέση με τις τουριστικές εισπράξεις και στη 13η θέση ως προς τις αφίξεις (Ανδρεάδης, 2005). Οι επιδόσεις αυτές, γίνονται πιο εντυπωσιακές αν γίνει αναγωγή σε σχέση με το μέγεθος της Ελλάδας, ενώ παράλληλα καταδεικνύουν την ύπαρξη ενός εξαιρετικά ελκυστικού πρωτογενούς τουριστικού προϊόντος.

Αφίξεις στην Ελλάδα 2004 – 2011

Παρ' όλα αυτά ο εντεινόμενος ανταγωνισμός των παραδοσιακών τουριστικών προορισμών και η είσοδος νέων, σε συνδυασμό με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές τουριστικές και ιδιαίτερα ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καθιστούν απαραίτητη την ανάγκη της εθνικής τουριστικής στρατηγικής πολιτικής και σχεδιασμού με έμφαση στην ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, την αναβάθμιση των υποδομών και την αρτιότερη εκπαίδευση και κατάρτιση του εργατικού δυναμικού. Το σύνολο, των εσόδων από τον τουρισμό στην Ελλάδα (10,3 δισ. περίπου για το 2005), υπερβαίνει το σύνολο της αξίας των ελληνικών εξαγωγών, προϊόντων και υπηρεσιών. Ο στόχος που έχει τεθεί από την πολιτεία είναι η αύξηση της συνεισφοράς του τουρισμού στο Α.Ε.Π. έτσι ώστε να ανέλθει στο 25% . Ο στρατηγικός αυτός στόχος «επιβάλλει» τον τουρισμό ως έναν από τους βασικούς αναπτυξιακούς μοχλούς της εθνικής οικονομίας. Προϋπόθεση για την εκπλήρωση αυτού του στόχου αποτελεί η κατάρτιση μακροχρόνιου σχεδίου δράσης, με σαφείς ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους για την τουριστική οικονομία. Πιο

συγκεκριμένα ο Ε.Ο.Τ. (2006) θεωρεί ότι αυτό το σχέδιο πρέπει να εστιάζεται στις παρακάτω θεματικές:

- ✓ Συμβολή στην περιφερειακή ανάπτυξη.
- ✓ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.
- ✓ Αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης των τουριστών.
- ✓ Αύξηση της μέσης διάρκειας παραμονής τους.
- ✓ Αύξηση του αριθμού των αφίξεων.
- ✓ Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- ✓ Εξισορρόπηση της κατανομής της τουριστικής δραστηριότητας της περιφέρειας της χώρας.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να τονιστεί ότι για πρώτη φορά, ο εθνικός αναπτυξιακός νόμος συμπεριλαμβάνει ένα ξεχωριστό κεφάλαιο για την τουριστική ανάπτυξη. Η έννοια του τουρισμού, σε αντίθεση με αυτό που ήταν γνωστό στο παρελθόν και εμπειρικά βιώθηκε, δεν ισχύει πλέον κάτω από τα νέα δεδομένα που έχουν διαμορφωθεί. Υπερβαίνει τα όρια μιας μεσοπρόθεσμης στόχευσης, οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας. Δεν έχει να κάνει μονάχα με οικονομικά μεγέθη. Σήμερα ο τουρισμός πρέπει να είναι άρρηκτα δεμένος με το παγκόσμιο τοπίο, αφού συμβάλλει στο να ανοίγουν δρόμοι συνάντησης, γνωριμίας, συνεργασίας και κατανόησης ανάμεσα στους λαούς της γης. Η νέα παγκοσμιοποιημένη πραγματικότητα, με υποστηρικτικά εργαλεία τις νέες τεχνολογίες, τις μεταφορές, τις επικοινωνίες, άλλαξαν επαναστατικά τον κόσμο, τον μίκρυναν, τον έκαναν πιο προσιτό. Τα σύνορα χαλάρωσαν, οι πολίτες του κόσμου ταξιδεύουν και το φάσμα των προορισμών διευρύνθηκε. Η Ελλάδα ανοίγεται στο διεθνές επενδυτικό περιβάλλον και μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα, συγκέντρωσε και προβάλλει όλους εκείνους τους παράγοντες και τις προϋποθέσεις, που επηρεάζουν θετικά τις άμεσες επενδύσεις.

Όλα αυτά δημιουργούν ένα ασφαλές και φιλόξενο περιβάλλον για την επιχειρηματική δραστηριότητα. Την ίδια στιγμή, σύγχρονες υποδομές, που άλλες κατασκευάστηκαν για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και άλλες μέσα από το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, λειτουργούν υποστηρικτικά. Η Ελλάδα προβάλλεται ως ελκυστικός προορισμός για ταξιδιώτες αλλά και για επενδύσεις. Με την αποσαφήνιση ενός μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου για τον τουρισμό, πυλώνες του οποίου είναι ο πολιτισμός, το περιβάλλον και η ανάπτυξη, η Ελλάδα πλέον είναι στην πρώτη σειρά προτίμησης, τόσο για να την επισκεφθούν πολίτες του κόσμου όσο και για μεγάλους και ισχυρούς επενδυτές (Η Καθημερινή, 2006).

Οι κοινωνικές και οικονομικές προκλήσεις της εποχής επιβάλλουν την ανάγκη για βαθιές και τολμηρές τομές, που θα επιτρέψουν στον τουρισμό να καθιερωθεί ως ένας από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης της Ελλάδας. Η τουριστική πολιτική οφείλει και έχει σαφείς ποιοτικούς και ποσοτικούς στόχους. Αναδεικνύει τη σημασία του τουρισμού για την απασχόληση και την περιφερειακή ανάπτυξη. Προσελκύει επενδύσεις, ενώ παράλληλα βοηθάει και ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Επιπρόσθετα προβάλλει την ιστορία και τον πολιτισμό της

χώρας και συμβάλλει στη σύγχρονη και ομοιόμορφη ανάπτυξη, προστατεύοντας παράλληλα το περιβάλλον και τον φυσικό της πλούτο.

Για το σκοπό αυτό, ο Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού προχώρησε άμεσα στη θέσπιση μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών και κανόνων, βάσει των οποίων θα δοθούν κίνητρα για τη βελτίωση του επενδυτικού κλίματος, την προσέλκυση ξένων επενδύσεων αιχμής, την αναβάθμιση του ποιοτικού κέντρου βάρους του ξενοδοχειακού τομέα και την άμεση και ουσιαστική ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παράλληλα μελετά και σχεδιάζει τη νέα τουριστική χωροταξία μέσω της ανάδειξης νέων περιοχών προς τουριστική ανάπτυξη. (Ε.Ο.Τ., 2013)

3.5 Ελληνικός Ξενοδοχειακός Τομέας

Από τη στιγμή που η Ελλάδα αποτελεί χώρα προορισμού τουριστών, ευνόητο είναι ο ξενοδοχειακός τομέας να αποτελεί τον κύριο μοχλό της τουριστικής της ανάπτυξης. Σε μελέτη του Ι.Τ.Ε.Π. (2001) σε σχέση με τον αριθμό των δωματίων στα Ελληνικά ξενοδοχεία, το 93% αυτών έχουν λιγότερα από 100 δωμάτια ενώ απασχολούν από έναν έως 60 υπαλλήλους. Ανάλογα με τον προορισμό, τα μεγάλα ξενοδοχεία στην Ελλάδα υποβοηθούνται από μικρότερες επιχειρήσεις κατάλυσης, όπως ενοικιαζόμενα δωμάτια, εξοχικές κατοικίες, bungalows και camping. Η Ευρωπαϊκή Ένωση καθορίζει ως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αυτές που απασχολούν λιγότερους από 250 υπαλλήλους (European Commission, 2002). Εάν χρησιμοποιηθεί ο αριθμός των υπαλλήλων ως κριτήριο για να κατηγοριοποιηθούν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, η συντριπτική πλειοψηφία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στη χώρα (ίσως πάνω από το 99% του συνόλου) ουσιαστικά ανήκει σε αυτή την κατηγορία (Bastakis & συν., 2004).

Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις έχουνε κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και συγκεκριμένες στρατηγικές και λειτουργικές αδυναμίες που εμποδίζουν όχι μόνο τη λειτουργία και το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, αλλά και την ικανότητά τους να διαπραγματεύονται με όρους που εξυπηρετούν τα συμφέροντά τους. Ο Middelton (1994) θεωρεί ότι ο σχεδιασμός είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην τουριστική βιομηχανία όταν η ζήτηση μεταβάλλεται, το αδιάθετο προϊόν δεν μπορεί να διατεθεί ξανά και η προσφορά απαιτεί μεγάλες επενδύσεις. Κάποια άλλα χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρήσεων είναι τα προβλήματα που παρατηρούνται στο σχεδιασμό και στην οριοθέτηση των στρατηγικών τους στόχων, αφού οι τακτικές τους και οι επιχειρησιακές τους αποφάσεις κυριαρχούνται στο στρατηγικό τους σχεδιασμό από τις πολιτικές και στόχους άλλων, μεγαλύτερων επιχειρήσεων (Olsen, 1991, Buhalis & Cooper, 1992).

Οι Ελληνικές λοιπόν μικρομεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν αδύναμη διοίκηση και διαφήμιση των υπηρεσιών και των προϊόντων τους αφού έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους για να απασχολήσουν εξειδικευμένο προσωπικό και για να προωθήσουν επαρκώς την ίδια την επιχείρηση (Bastakis & συν., 2004).

Όλοι αυτοί οι λόγοι οδηγούν τον Ελληνικό ξενοδοχειακό τομέα να καθίσταται ως ο «αδύναμος κρίκος» στα κανάλια διανομής του τουριστικού προϊόντος και να εξαρτάται από τους Tour Operators και τους μεσολαβητές αυτών. Επιπρόσθετα, οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, λόγω της μεγάλης επιχειρησιακής τους εμβέλειας και των οικονομικών πόρων που διαθέτουν, μπορούν να αναπροσαρμόζουν τόσο τις τιμές τους όσο και το προϊόν τους, με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι ουσιαστικά αδύνατον οι μικρότερες επιχειρήσεις να τις ανταγωνιστούν. Τέτοιες επιχειρησιακές συμπεριφορές συνήθως συναντούνται σε παραδοσιακούς Ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, όπου λόγω του όγκου των τουριστών και του πλήθους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, ο ανταγωνισμός είναι πολύ μεγάλο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

4.1 Τι είναι οι αριθμοδείκτες

Ως αριθμοδείκτης θεωρείται το πηλίκο μεταξύ επιλεγμένων αριθμητικών τιμών που λαμβάνονται από τις οικονομικές καταστάσεις μιας επιχείρησης. Καταρτίζονται με σκοπό τον προσδιορισμό της πραγματικής θέσεως ή της αποδοτικότητας των διάφορων τμημάτων ή ολόκληρων τομέων, οι οποίοι αφορούν μία οικονομική μονάδα και σε τελική ανάλυση της πραγματικής καταστάσεως ολόκληρης της οικονομικής μονάδας ή και γενικότερα του κλάδου στον οποίο ανήκει η μονάδα αυτή. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Ο λόγος που οδήγησε στην καθιέρωση της χρησιμοποίησης των αριθμοδεικτών προέρχεται από την ανάγκη να γίνει άμεσα αντιληπτή η πραγματική αξία και η σπουδαιότητα των απολύτων μεγεθών. Ίσως αυτό το αποτέλεσμα να θεωρείται ικανοποιητικό, ίσως όμως όχι. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Πάντως, για να έχει ένας αριθμοδείκτης κάποια αξία, θα πρέπει να εκφράζει σχέσεις που παρουσιάζουν οικονομικό ενδιαφέρον και μας οδηγούν σε συγκεκριμένα συμπεράσματα, π.χ., ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων αποτελεί ένα μεγάλης σπουδαιότητας αριθμοδείκτη, διότι εμφανίζει μια απόλυτη κατανοητή σχέση μεταξύ των πωλήσεων μιας επιχείρησης και των αποθεμάτων της και δείχνει πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα αυτής σε μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο υπολογισμός και παρουσίαση των διαφόρων αριθμοδεικτών αποτελεί μια μέθοδο ανάλυσεως, η οποία, πολλές φορές, παρέχει μόνο ενδείξεις. Γι' αυτό ένας μεμονωμένος αριθμοδείκτης δεν μπορεί να μας δώσει πλήρη εικόνα της οικονομικής θέσεως μιας επιχείρησης αν δεν συγκριθεί με άλλους αντιπροσωπευτικούς αριθμοδείκτες ή δεν συσχετιστεί με άλλους αριθμοδείκτες μιας σειράς άλλων χρήσεων. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Δεδομένου ότι κάθε επιχείρηση έχει τα δικά της ατομικά χαρακτηριστικά, τα οποία επηρεάζουν την οικονομική της θέση και την λειτουργικότητά της, είναι πολύτιμος ο υπολογισμός των αριθμοδεικτών για ολόκληρο τον κλάδο. Κι αυτό γιατί χωρίς τις πληροφορίες σχετικά με το τι συμβαίνει στο κλάδο, είναι πολύ δύσκολο για τον αναλυτή να σχηματίσει σωστή γνώμη σχετικά με την οικονομική θέση και την αποδοτικότητα της επιχείρησης. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Έτσι, ο υπολογισμός των κλαδικών αριθμοδεικτών, εκτός του γεγονότος ότι είναι δύσκολοεύρετος, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί υποστηριχθεί ότι αποτελεί και την ιδεωδέστερη λύση. Γι' αυτό πολλές φορές, γίνεται προσφυγή στη χρήση άλλων αριθμοδεικτών που καλούνται «επιδιωκόμενοι αριθμοδείκτες», οι οποίοι βασίζονται στο τι επιδιώκεται να επιτευχθεί. Αυτοί συγκεκριμένα με το τι πράγματι επιτεύχθηκε παρέχουν μια βάση συγκρίσεως για την επιχείρηση. Έτσι, μπορεί να καθοριστεί τότε

μια επιχείρηση υστερεί και τότε υπερτερεί σε σχέση με τα επιτευχθέντα επίπεδα των καλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Συμπερασματικά, ουσιαστική ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων πρέπει να δίνει μια πλήρη και ολοκληρωμένη εικόνα των πληροφοριών που παρέχει κάθε αριθμοδείκτης, αναλόγως βέβαια πάντοτε με το τι επιδιώκει κάθε αναλυτής. Οι κυριότεροι και περισσότερο χρησιμοποιούμενοι στην χρηματοοικονομική ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων είναι οι εξής κατηγορίες:

- ✓ Αριθμοδείκτες Ρευστότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Επενδύσεων ή Επενδυτικοί Αριθμοδείκτες

Όπως είναι φανερό τα διάφορα είδη αριθμοδεικτών αλληλοσυνδέονται, οπότε είναι απαραίτητη μια συνολική θεώρηση αυτών, προκειμένου να επιτευχθεί πλήρης κατανόηση της χρηματοοικονομικής και λειτουργικής καταστάσεως της επιχείρησης. Η ταξινόμηση των αριθμοδεικτών ανά κατηγορίες είναι επίσης χρήσιμη, διότι βοηθά στο να επικεντρώνεται η ανάλυση σε ορισμένα σημεία που ενδιαφέρουν τον αναλυτή. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

4.2 Ανάλυση Αριθμοδεικτών

4.2.1 Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό τόσο της βραχυχρόνιας βιομηχανίας οικονομικής θέσεως μιας επιχειρήσεως όσο και της ικανότητας της να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

Οι αριθμοδείκτες ρευστότητας είναι οι εξής:

- ✓ Αριθμοδείκτες Γενικής Ρευστότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Ειδικής Ρευστότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Ταμειακής Ρευστότητας
- ✓ Αριθμοδείκτες Αμυντικού Χρονικού Διαστήματος

Η ύπαρξη ρευστότητας σε μια επιχείρηση έχει επίδραση στα κέρδη της, διότι αν τα κυκλοφοριακά της στοιχεία δεν μετατρέπονται εύκολα σε μετρητά ή αν δεν υπάρχουν επαρκή ρευστά διαθέσιμα, τότε η επιχείρηση δεν θα είναι σε θέση να πληρώσει τις υποχρεώσεις της. Έτσι, η μη εκπλήρωση των υποχρεώσεων της θα έχει ως αποτέλεσμα τη δυσφήμισή της, τη μείωση της εμπιστοσύνης των συναλλασσομένων με αυτήν και πιθανώς την κήρυξη της σε κατάσταση πτώχευσης.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις φροντίζουν να διατηρούν πλεόνασμα κυκλοφοριακών στοιχείων ανάλογο προς στις τρέχουσες υποχρεώσεις τους, ώστε να μπορούν να τις εξοφλήσουν κανονικά. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Ο υπολογισμός των αριθμοδεικτών ρευστότητας αποτελεί πολύτιμη βοήθεια για την διοίκηση της, διότι της επιτρέπει να ελέγξει κατά ποιο τρόπο απασχολούνται μέσα στην επιχείρηση τα κεφάλαια κινήσεώς της. Έτσι, είναι δυνατόν να δοθούν απαντήσεις στα ερωτήματα που σχετίζονται με την δυνατότητα της επιχειρήσεως να ανταποκριθεί στις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Για να γίνει κατανοητή η κατάλληλη χρησιμοποίηση των κεφαλαίων κίνησης της επιχειρήσεως, θα πρέπει τα κεφάλαια αυτά είναι επαρκή σε σχέση με τις εργασίες της ή αν υπολείπονται από τα κανονικά, με συνέπεια να εμφανίζει πρόβλημα ρευστών. Τέλος, η παρακολούθηση των αριθμοδεικτών ρευστότητας, διαχρονικά, παρέχει την δυνατότητα να διαπιστωθεί αν υπάρχει βελτίωση ή όχι της τρέχουσας οικονομικής καταστάσεως της επιχείρησης.

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τους εξής:

4.2.1.1 Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας ή Κεφαλαίου Κινήσεως

$$\begin{array}{l} \text{Αριθμοδείκτης} \\ \text{Γενικής} \\ \text{Ρευστότητας} \end{array} : \frac{\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις} + \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας είναι ο πλέον χρησιμοποιούμενος δείκτης και υπολογίζεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των κυκλοφοριακών στοιχείων μιας επιχείρησης με το σύνολο των βραχυχρόνιων υποχρεώσεών της. Οι κυριότερες κατηγορίες περιουσιακών στοιχείων που περιλαμβάνονται στον αριθμητή είναι τα διαθέσιμα, οι απαιτήσεις, τα αποθέματα και όχι οι προκαταβολές σε προμηθευτές και γενικά οι προκαταβολές. Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας δεν δείχνει μόνο το μέτρο της ρευστότητας μιας επιχείρησης, αλλά και το περιθώριο ασφάλειας, που διατηρεί η διοίκηση της για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει κάποια ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κίνησης (βλέπε σελ. 29 , πίνακας 1).

4.2.1.2 Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας

$$\begin{array}{l} \text{Αριθμοδείκτης} \\ \text{Ειδικής} \\ \text{Ρευστότητας} \end{array} : \frac{\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης είναι το πηλίκο της διαιρέσεως του συνόλου των ταχέως ρευστοποιήσιμων περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης με το σύνολο των βραχυχρόνιων υποχρεώσεών της.

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας επινοήθηκε για να περιλάβει όλα εκείνα τα στοιχεία τα οποία μετατρέπονται εύκολα και γρήγορα σε ρευστά και αγνοεί όλα εκείνα τα στοιχεία του κυκλοφορούν ενεργητικού τα οποία δεν μετατρέπονται εύκολα σε ρευστά. Όλα τα περιλαμβανόμενα στον αριθμητή του κλάσματος στοιχεία είναι δυνατόν να μετατραπούν εύκολα σε χρήμα, στην ονομαστική τους αξία, δηλ., στην

αξία που αναγράφονται στα βιβλία της εταιρίας, πλην των απαιτήσεων των οποίων δεν είναι εύκολα και γρήγορα μετατρέψιμα σε χρήμα.

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας μας δείχνει πόσες φορές τα ρευστοποιημένα στοιχεία της επιχειρήσεως καλύπτουν τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις τους. Όταν ο αριθμοδείκτης βρίσκεται γύρω στην μονάδα θεωρείται ικανοποιητικός μόνο αν στις απαιτήσεις της επιχείρησης δεν περιλαμβάνονται επισφαλή ή ανεπίδεκτες εισπράξεις απαιτήσεων και αν η περίοδος εισπράξεων των απαιτήσεων της επιχείρησης και εξόφληση των υποχρεώσεων της είναι ίσες. Επειδή όμως στην πράξη ο εξωτερικός αναλυτής μπορεί να μην έχει στοιχεία για αυτό το είδος των απαιτήσεων, κρίνεται σκόπιμο οι απαιτήσεις να λαμβάνονται μειωμένες προκειμένου να υπολογιστεί ο αριθμοδείκτης. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Αντίθετα, ένας αριθμοδείκτης μικρότερος της μονάδας δείχνει ότι τα αμέσως ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης είναι ανεπαρκή για να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις της, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να εξαρτάται από τις μελλοντικές της πωλήσεις, προκειμένου να εξασφαλίσει επαρκή ρευστότητα. Έτσι, αν προβλέπεται κάποια μείωση των μελλοντικών πωλήσεων, θα πρέπει να αναζητηθούν νέα κεφάλαια, είτε με έκδοση νέων τίτλων μετοχών, είτε με προσφυγή σε δανεισμό. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τους αριθμοδείκτες γενικής ρευστότητας, ειδικής ρευστότητας για τα έτη 2001-2011.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	M.O.
	Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €											
Γενική Ρευστότητα	2,86	3,28	3,01	2,17	1,73	1,77	1,85	1,97	2,04	1,37	1,69	2,16
Ειδική Ρευστότητα	2,82	3,26	2,94	2,10	1,66	1,72	1,80	1,91	1,99	1,31	1,64	2,10

Συμπέρασμα:

Στο παράδειγμα μας μπορούμε να θεωρήσουμε ικανοποιητική την γενική ρευστότητα του κλάδου, ο μέσος όρος της δεκαετίας μας δείχνει ότι τα διαθέσιμα, οι απαιτήσεις και τα αποθέματα μας είναι περισσότερο από το διπλάσιο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Επίσης, παρατηρούμε ότι και η ειδική ρευστότητα είναι υψηλή, πράγμα που σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει οικονομική επάρκεια μια και το σύνολο των διαθεσίμων και των απαιτήσεων που είναι άμεσα μετατρέψιμα σε χρήμα είναι το διπλάσιο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων της.

Στον πίνακα 5 σελ 58, παρατηρούμε την μεγαλύτερη πτώση τιμών στο έτος 2011 με ποσοστό -32,21%, μας δείχνει την μεγάλη πτώση των επιχειρήσεων μετά το κτύπημα της οικονομικής κρίσης. Στην συνέχεια βλέπουμε προσπάθεια ανάκαμψης και το 2011 έχει αύξηση 50%. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής της γενικής ρευστότητας έχει ποσοστό -3,43%.

Παρόμοια αποτελέσματα της ειδικής ρευστότητας με μέγιστη πτώση το 2010 - 32,69% και την προσπάθεια ανάκαμψης το 2011 με ποσοστό 24,37%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. της ειδικής ρευστότητας είναι αρνητικός (-3,46%) πράγμα το οποίο δεν πρέπει να αγνοηθεί.

4.2.2 Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

Οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας χρησιμοποιούνται προκειμένου να μετρηθεί ο βαθμός αποτελεσματικότητας μιας επιχείρησης στην χρησιμοποίηση των περιουσιακών της στοιχείων, κατά πόσο δηλαδή γίνεται ικανοποιητική ή όχι χρησιμοποίηση αυτών. Υπάρχουν διάφοροι μέθοδοι που μπορούν να μετρήσουν την παραγωγικότητα και το βαθμό χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης. Γενικά όσο πιο εντατική είναι χρησιμοποίηση των στοιχείων μιας επιχείρησης τόσο αυτό αποβαίνει προς όφελος της.

Η χρησιμοποίηση ορισμένων αριθμοδεικτών δραστηριότητας βοηθά να προσδιορίσουμε τον βαθμό μετατροπής ορισμένων περιουσιακών στοιχείων σε ρευστά(αποθεμάτων, απαιτήσεων). Ωστόσο, μεγάλα ποσά σε ρευστά διαθέσιμα και προσωρινές επενδύσεις δεν αυξάνουν την μακροχρόνια κερδοφόρα δυναμικότητα της επιχείρησης, γι' αυτό και είναι αναγκαίο να αποφεύγονται, εκτός αν πρόκειται να επενδυθούν στο άμεσο μέλλον. Επίσης, το ποσοστό απαιτήσεων που εμφανίζει μια επιχείρηση έχει πάντα σχέση και πρέπει να εξετάζεται σε συνδυασμό με τις πιστωτικές της πωλήσεις. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Είναι λοιπόν απαραίτητο, παράλληλα με τους αριθμοδείκτες ρευστότητας, να προσδιορίζονται και οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας οι οποίοι είναι:

- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Εισπράξεων Απαιτήσεων
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Καθαρού Κεφαλαίου Κινήσεως
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας του Ενεργητικού
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων
- ✓ Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τους εξής:

4.2.2.1 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Καθαρού Κεφαλαίου Κινήσεως

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Καθαρού Κεφαλαίου Κινήσεως}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}} : \frac{\text{Καθαρό Κεφάλαιο Κινήσεως}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας καθαρού κεφαλαίου κινήσεως, λογίζεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των καθαρών πωλήσεων μιας επιχειρήσεως με το καθαρό κεφάλαιο κινήσεώς της. Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει ποιά είναι το ύψος των πωλήσεων που επιτεύχθηκαν από κάθε μονάδα καθαρού κεφαλαίου κινήσεως και αν η επιχείρηση διατηρεί μεγάλα κεφάλαια κινήσεως σε σχέση με τις πωλήσεις της.

4.2.2.2 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας του Ενεργητικού

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας του Ενεργητικού}}{\text{Καθαρές πωλήσεις}} : \frac{\text{Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι το πηλίκο της διαιρέσεως το καθαρών πωλήσεων μιας χρήσεως με το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων της επιχειρήσεως, που χρησιμοποιούνται κατά την διάρκεια αυτής χρήσεως για την επίτευξη των πωλήσεών της.

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού μιας επιχείρησης εκφράζει το βαθμό χρησιμοποίησης αυτού σε σχέση με τις πωλήσεις της. Με άλλα λόγια, ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει αν υπάρχει ή όχι υπερεπένδυση κεφαλαίων στην επιχείρηση σε σχέση με το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιεί.

Ένας υψηλός δείκτης σημαίνει ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της. Αντίθετα, ένας χαμηλός αριθμοδείκτης αποτελεί ένδειξη ότι εντατικής χρησιμοποίησης των περιουσιακών της στοιχείων, οπότε θα πρέπει ή να αυξήσει τον βαθμό χρησιμοποίησης αυτών ή να συνεχίσει σε ρευστοποίηση μέρους των περιουσιακών της στοιχείων.

4.2.2.3 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας : Καθαρές πωλήσεις
Κυκλοφορίας Παγίων Καθαρό πάγιο ενεργητικό

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων είναι το πηλίκο της διαιρέσεως των καθαρών πωλήσεων της χρήσεως με το σύνολο των καθαρών πωλήσεων (δεν περιλαμβάνονται οι προσωρινές επενδύσεις και τα άυλα πάγια περιουσιακά στοιχεία).

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των παγίων περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Επίσης, παρέχει ένδειξη του αν υπάρχει υπερεπένδυση σε πάγια σε σχέση με τις πωλήσεις.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης αυτός, τόσο πιο εντατική είναι η χρησιμοποίηση των παγίων περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Ενώ, μείωση του αριθμοδείκτη διαχρονικά μας δείχνει την μείωση του βαθμού της χρησιμοποίησης των παγίων, η οποία πιθανώς να δείχνει υπερεπένδυση σε πάγια. Αντίθετα, αύξηση αυτού αποτελεί ένδειξη μιας πιο εντατικής χρησιμοποίησης των παγίων σε σχέση με τις πωλήσεις της, χωρίς όμως αυτό να είναι πάντοτε βέβαιο.

4.2.2.4 Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας : Καθαρές πωλήσεις
Κυκλοφορίας Ιδίων Κεφαλαίων Σύνολο ιδίων κεφαλαίων

Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων δείχνει το βαθμό χρησιμοποίησης των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Με άλλα λόγια δείχνει τις πωλήσεις που πραγματοποίησε η επιχείρηση σε κάθε μονάδα ιδίων κεφαλαίων. Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι το πηλίκο της διαιρέσεως των καθαρών πωλήσεων της χρήσης με τα ίδια κεφάλαια.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης αυτός, τόσο καλύτερη είναι η θέση της επιχείρησης διότι πραγματοποιεί μεγάλες πωλήσεις με σχετικά μικρό ύψος ιδίων κεφαλαίων, γεγονός το οποίο ενδέχεται να οδηγήσει σε αυξημένα κέρδη. Έτσι, όσο διαρκούν οι αυξημένες πωλήσεις και τα κέρδη της επιχείρησης, το ελάχιστο αυτό ύψος των ιδίων κεφαλαίων, που έχει χρησιμοποιηθεί, μπορεί να θεωρηθεί αρκετό.

Αν όμως αλλάξουν οι συνθήκες πωλήσεων και σημειωθεί κάμψη αυτών, τότε το σχετικά μικρό ύψος των κεφαλαίων της επιχείρησης δεν θα μπορεί να απορροφήσει τις ζημιές, που ενδέχεται να προκύψουν από την μείωση των πωλήσεων, οπότε θα υπάρχουν πολλά κεφάλαια κίνησης για να ανταποκριθεί η επιχείρηση στις τρέχουσες υποχρεώσεις της.

Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τους αριθμοδείκτες ταχύτητας καθαρού κεφαλαίου κινήσεως, ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού, ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων και ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων για τα έτη 2001-2011.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	M.O.
Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €												
Ταχύτητα καθαρού κεφαλαίου κίνησης	23,78	1,48	1,88	9,86	-6,43	-57,77	28,45	-4,84	0,10	-10,47	5,14	-0,80
Ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού	0,31	0,19	0,19	0,25	0,22	0,19	4,70	0,20	0,18	0,17	0,17	0,62
Ταχύτητα κυκλοφορίας παγίων		1,04	1,55	0,36	0,33	0,42	0,47	0,37	0,31	0,29	0,28	0,41
Ταχύτητα κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων	0,40	0,42	0,59	0,39	0,38	0,36	6,42	0,35	0,30	0,28	0,27	0,93

Συμπέρασμα:

Στον πίνακα 6 σελ 59, αναλύουμε τους αριθμοδείκτες δραστηριότητας και πιο συγκεκριμένα τον αριθμοδείκτη ταχύτητας κεφαλαίου κίνησης όπου παρατηρούμε μείωση στα έτη 2005, 2007 και 2010 με ποσοστά -165,26%, -149,24% και -10610,40% αντίστοιχα. Για τα έτη αυτά που είναι αρνητικό υπάρχει πρόβλημα ρευστοποίησης, αφού το αρνητικό πρόσημο είναι αποτέλεσμα της σχέσης κυκλοφορούν-βραχυχρόνιες υποχρεώσεις.

Στον πίνακα μας βλέπουμε τον αριθμοδείκτη ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού διαχρονικά να παραμένει σταθερός με μικρές διακυμάνσεις, την μεγάλη αύξηση του αριθμοδείκτη το 2007 με 4,70 και την μικρότερη με 0,17 τα δύο τελευταία χρόνια. μας δείχνει ότι είναι ικανοποιητικός με μέσο όρο 0,62. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της. Στον πίνακα μπορούμε να δούμε την μείωση της τάξης -39,29% του 2002, καθώς και την πτώση του 2008 με -95,69%. Λίγο πριν όμως υπάρχει μια μεγάλη άνοδος το 2007 με 2417,12%, που αυτό μπορεί να οφείλεται σε μεγάλη άνοδο των πωλήσεων ή σε μείωση του ενεργητικού.

Όσον αφορά τον αριθμοδείκτη ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων, υπάρχει μια αύξηση τα πρώτα χρόνια αλλά σιγά, σιγά αρχίζει να πέφτει και αυτό αποτελεί ένδειξη μιας πιο εντατικής χρησιμοποιήσεως των παγίων σε σχέση με τις πωλήσεις της, χωρίς όμως αυτό να είναι πάντοτε βέβαιο. Με μέσο όρο κλάδου 0,41. Οι ποσοστιαίες μεταβολές του αριθμοδείκτη αυτού και πιο συγκεκριμένα τις μεγάλες πτώσεις στα έτη 2004 με ποσοστό -70,71% και 2008 με -21,34% που σημαίνει ότι οι πωλήσεις έχουν πέσει για αυτά τα χρόνια. Αντίθετα ανέβηκαν οι πωλήσεις για τα έτη 2003 με 49,18% και το 2006 με 29,69%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι θετικός με ποσοστό 89,32%.

Για τον αριθμοδείκτη ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων είναι προφανές ότι έχει επενδυθεί μεγάλο ύψος ιδίων κεφαλαίων που μας δείχνει ότι σε περίπτωση

μείωσης των πωλήσεων θα μπορέσει να απορροφήσει τις ζημιές και θα υπάρχουν τα κεφάλαια για να ανταποκριθεί στις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Έτσι ο μέσος όρος του κλάδου είναι 0,93. Μεγάλες αυξήσεις, έχει το 2007 με 1686,53%, ενώ το 2008 παρατηρείται η μεγαλύτερη μείωση της δεκαετίας με -94,48%. Αυτά είναι συνέπεια της μεγάλης αύξησης των πωλήσεων το 2007. Έτσι ο Μ.Ε.Ρ.Μ. του δείκτη είναι 157,08%.

4.2.3 Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

Με αυτούς μετράται η αποδοτικότητα μιας επιχείρησης, η δυναμικότητα των κερδών της και η ικανότητα της διοίκησης της. Με άλλα λόγια οι αριθμοδείκτες αποδοτικότητας μετρούν τον βαθμό επιτυχίας ή αποτυχίας μιας επιχειρήσεως σε δεδομένη χρονική περίοδο. Η ανάλυση της καταστάσεως αποτελεσμάτων χρήσεως έχει πολύ μεγάλη σημασία για την επιχείρηση. Αυτό ισχύει γιατί, κατά κανόνα, όλες οι επιχειρήσεις έχουν ως σκοπό το κέρδος και κατά συνέπεια οι ενδιαφερόμενοι δίδουν μεγάλη σημασία στο πόσο αποδοτικές είναι από τις απόψεις κερδών, ως και ποιες είναι οι προοπτικές για το μέλλον.

Για τη μέτρηση της αποδοτικότητας χρησιμοποιούνται διάφορα κριτήρια, όπως η πορεία του όγκου των πωλήσεων, των κερδών, της παραγωγής κ.λπ. Τα κριτήρια όμως αυτά για να αποκτήσουν ουσιαστική σημασία πρέπει να συσχετιστούν τόσο μεταξύ τους όσο και με άλλα μεγέθη, που έχουν σχέση με την επιχείρηση.

Η σχέση μεταξύ κερδών και απασχολούμενων κεφαλαίων είναι ένας από τους πλέον χρησιμοποιημένους δείκτες μέτρησης της αποδόσεως μιας επιχείρησης, την οποία μπορούμε να συγκρίνουμε με την απόδοση άλλων εναλλακτικών μορφών επένδυσης, καθώς και με την απόδοση άλλων επιχειρήσεων, ανταγωνιστικών ή όχι. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

Οι κυριότεροι αριθμοδείκτες μετρήσεως της αποδοτικότητας είναι οι εξής:

- ✓ Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτό Κέρδους
- ✓ Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους
- ✓ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Απασχολούμενων Κεφαλαίων
- ✓ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού
- ✓ Συνδυασμένος Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού
- ✓ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων
- ✓ Αριθμοδείκτης Οικονομικής Μόχλευσης
- ✓ Αριθμοδείκτης Δαπανών Λειτουργίας

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τους εξής:

4.2.3.1 Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτό Κέρδους

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους}}{\text{Μικτά κέρδη εκμετάλλευσης Καθαρές Πωλήσεις Χρήσεως}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου ή μικτού κέρδους βρίσκεται, αν διαιρέσουμε τα μικτά κέρδη της χρήσεως με τις καθαρές πωλήσεις αυτής και δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει μια επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας 100 ευρώ.

Ο υπολογισμός του μικτού κέρδους είναι πολύ σημαντικός για τις εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις, γιατί παρέχει ένα μέτρο αξιολόγησης της αποδοτικότητας του. Σ' αυτού του είδους τις επιχειρήσεις, το κόστος πωληθέντων είναι το σημαντικότερο μέγεθος και ως εκ τούτου ο προσεκτικός έλεγχος είναι απαραίτητος για την ασφάλιση κερδοφορίας δραστηριότητας.

Έτσι προκύπτει, ότι συναφή με τον αριθμοδείκτη μικτού κέρδους είναι και ο αριθμοδείκτης κόστους πωληθέντων προς καθαρές πωλήσεις, ο οποίος βρίσκεται αν διαιρέσουμε το κόστος πωληθέντων προϊόντων με τις καθαρές πωλήσεις της αντίστοιχης περιόδου.

4.2.3.2 Αριθμοδείκτης Κόστους Πωληθέντων προς Καθαρές πωλήσεις

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Κόστους Πωληθέντων προς Καθαρές πωλήσεις}}{\text{Κόστος Πωληθέντων Καθαρές Πωλήσεις}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει τη λειτουργική αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης, καθώς και την πολιτική τιμών αυτής.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης, τόσο μεγαλύτερη, από άποψη κερδών, είναι η θέση της επιχείρησης, διότι μπορεί να αντιμετωπίσει χωρίς δυσκολία αύξηση του κόστους των πωλούμενων προϊόντων της. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι, η επιχείρηση από μια ενδεχόμενη αύξηση του κόστους των πωληθέντων θα είναι λιγότερο δυσμενής στην επιχείρηση εκείνη, που έχει υψηλό αριθμοδείκτη μικτού κέρδους, από ότι θα είναι σε μια άλλη με χαμηλό σχετικό αριθμοδείκτη.

Ένας υψηλός αριθμοδείκτης δείχνει την ικανότητα της διοικήσεως να επιτυγχάνει φθηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές. Αντίθετα, ένας χαμηλός αριθμοδείκτης μικτού κέρδους δείχνει μια όχι τόσο καλή πολιτική της διοικήσεως στον τομέα αγορών και πωλήσεων. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε στασιμότητα πωλήσεων με αποτέλεσμα να μην πραγματοποιούνται αγορές σε μεγάλες ποσότητες, που θα μπορούσαν να επιτευχθούν σε χαμηλές τιμές.

4.2.3.3 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους}}{\text{Καθαρά Κέρδη Εκμεταλλεύσεως Καθαρές Πωλήσεις}} \times 100$$

Ο δείκτης καθαρού κέρδους βρίσκεται αν διαιρέσουμε τα καθαρά λειτουργικά κέρδη μιας περιόδου με το σύνολο των καθαρών πωλήσεων τις ίδιας περιόδου.

Ο αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει μια επιχείρηση από τις πωλήσεις της, δηλ. δείχνει το κέρδος από τις λειτουργικές της δραστηριότητες. Με άλλα λόγια ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το καθαρό κέρδος, που έχει μια επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας εκατό ευρώ.

Στα καθαρά λειτουργικά κέρδη δεν περιλαμβάνονται τυχόν μη λειτουργικά έσοδα και κέρδη, όπως και τα μη λειτουργικά έξοδα και ζημιές, τα οποία όμως μπορεί

να είναι σημαντικά και να επηρεάζουν το αποτέλεσμα. Για το λόγο αυτό, πολλές φορές, προκειμένου να υπολογιστεί ο παραπάνω αριθμοδείκτης λαμβάνονται τα καθαρά κέρδη της χρήσεως, τα οποία προκύπτουν με την προσθήκη των διαφόρων εσόδων και την αφαίρεση των διαφόρων εξόδων, έτσι:

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Καθαρού} : \text{Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους}}{\text{Καθαρά Κέρδη Χρήσης} / \text{Καθαρές Πωλήσεις}} \times 100$$

Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους τόσο πιο επικερδής είναι για την επιχείρηση. Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι πολύ χρήσιμος, δεδομένου ότι τόσο η διοίκηση όσο και πολλοί αναλυτές βασίζουν τις προβλέψεις τους για τα καθαρά μελλοντικά κέρδη της επιχείρησης επί του προβλεπόμενου ύψους των πωλήσεων και του ποσοστού του καθαρού κέρδους.

Είναι σκόπιμο να τονιστεί ότι από την μελέτη και των δύο παραπάνω αριθμοδεικτών μπορεί ο αναλυτής να εμβαθύνει περισσότερο στην εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης. Εάν ο αριθμοδείκτης δεν μεταβάλλεται διαχρονικά ενώ κατά την ίδια περίοδο ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους παρουσιάζει κάμψη, η εξέλιξη αυτή παρέχει ένδειξη μιας δυσανάλογης αύξησης των εξόδων λειτουργίας της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να εξετασθούν οι επί μέρους κατηγορίες εξόδων προκειμένου να επισημανθούν οι λόγοι αύξησης τους.

4.2.3.4 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας} : \text{Ενεργητικού}}{\frac{\text{Καθαρά Κέρδη} + \text{Χρηματοοικονομικά Έξοδα}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας του ενεργητικού υπολογίζεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των λειτουργικών κερδών της χρήσεως με το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων που μετέχουν στην πραγματοποίηση των εν λόγω κερδών.

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης, καθώς και των επί μέρους τμημάτων αυτής και απασχολεί ένα είδος αξιολογήσεως και ελέγχου της διοίκησης της.

4.2.3.5 Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας} : \text{Ιδίων Κεφαλαίων}}{\frac{\text{Καθαρά κέρδη Εκμεταλλεύσεως}}{\text{Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων}}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων εκφράζεται από το πηλίκο της διαιρέσεως των καθαρών λειτουργικών κερδών της χρήσεως με το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων της επιχειρήσεως (μετοχικό κεφάλαιο + αποθεματικό).

Στη περίπτωση που τα ίδια κεφάλαια μεταβληθούν μέσα στη χρήση τότε στον παρονομαστή του παραπάνω κλάσματος παίρνουμε το πραγματικό ύψος των ιδίων κεφαλαίων που μας δίνει η διαίρεση (ίδια κεφάλαια αρχής + ίδια κεφάλαια τέλους / 2).

Ο αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων είναι ένας ακόμη σπουδαίος δείκτης που απεικονίζει την κερδοφόρα δυναμικότητα μιας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος πραγματοποίησεως ενός ικανοποιητικού αποτελέσματός.

4.2.3.6 Αριθμοδείκτες Αποσβέσεων προς Πωλήσεις

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτες Αποσβέσεων προς : Καθαρές Πωλήσεις}}{\text{Αποσβέσεις χρήσεως Καθαρές πωλήσεις}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αποσβέσεων προς καθαρές πωλήσεις δείχνει το ποσοστό των πωλήσεων, που απορροφάται από τις αποσβέσεις. Βρίσκεται αν διαιρέσουμε τις αποσβέσεις με τις καθαρές πωλήσεις της χρήσεως. Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι περιορισμένης σπουδαιότητας, γιατί συχνά, στην πράξη, το ύψος των αποσβέσεων δεν σχετίζεται με τον όγκο των πωλήσεων. Αν όμως η απόσβεση είναι ανάλογη με τον βαθμό απασχολήσεως των παγίων, τότε έχει μεγάλη σπουδαιότητα.

Στο παρακάτω πίνακα μπορούμε να δούμε τους αριθμοδείκτες μικτού περιθωρίου κέρδους, κόστους πωληθέντων προς καθαρές πωλήσεις, καθαρού περιθωρίου κέρδους, απόδοσης ενεργητικού, απόδοσης ιδίων κεφαλαίων και απόσβεσης προς πωλήσεις για τα έτη 2001-2011.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	M.O.
Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €												
Μικτό περιθώριο κέρδους	0,32	0,13	0,17	0,31	0,24	0,25	0,24	0,27	0,23	0,18	0,14	0,23
Κόστος πωληθέντων προς καθαρές πωλήσεις	0,68	0,87	0,83	0,69	0,76	0,75	0,76	0,73	0,77	0,82	0,86	0,77
Καθαρό περιθωρίου κέρδους	0,17	-0,07	-0,18	0,11	0,07	-0,03	-0,06	0,09	0,04	-0,08	-0,03	0,00
Δείκτης Απόδοσης Ενεργητικού	0,04	0,01	0,00	0,09	0,06	0,01	-0,03	0,03	0,02	-0,01	0,00	0,02
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	0,08	-0,02	-0,17	0,10	0,10	0,01	-0,05	0,05	0,03	-0,01	0,00	0,01
Αποσβέσεις προς πωλήσεις	0,08	0,13	0,15	0,09	0,14	0,14	0,14	0,13	0,15	0,15	0,15	0,13

Συμπέρασμα:

Στον αριθμοδείκτη μικτού περιθωρίου κέρδους, με μέσο όρο του κλάδου 0,23, εμφανίζει τις επιχειρήσεις να απολαμβάνουν γενικά 23 νομ. μον. καθαρού κέρδους από την πώληση προϊόντος αξίας 100 νομ. μον.. Στις ποσοστιαίες μεταβολές βλέπουμε την μείωση των ετών 2002 με ποσοστό -60,07%, 2005 με -21,55% και 2010 με -21,47%, ενώ έχουμε μία σημαντική άνοδο το 2004 με 84,47%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. του αριθμοδείκτη είναι θετικός οπότε έχουμε θετική μεταβολή.

Στον πίνακα 7,σελ. 60, βρίσκεται ο αριθμοδείκτης κόστους πωληθέντων προς καθαρές πωλήσεις, που μας δείχνει μια καλύτερη εικόνα. Έχουμε μία σημαντική μείωση το έτος 2002 με -60,07% και το 2005 με -21,55%, ενώ αύξηση παρατηρείται τα έτη 2004 με ποσοστό 84,54% και το 2008 με 9,66%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι αρνητικός με -9,54%.

Από το παραπάνω παράδειγμα, για τον αριθμοδείκτη καθαρού περιθωρίου κέρδους, προκύπτει ότι τα τελευταία χρόνια είχε κλείσιμο αρκετών χρήσεων με ζημιά. Έτσι για το 2001 είναι 17%, πράγμα που σημαίνει ότι από πωλήσεις 100 νομ. μον. έχει κέρδος 17 νομ. μον. , ενώ για το έτος 2006 είναι -3%, που σημαίνει ότι για 100 νομ. μον. έχει κέρδος 3 νομ. μον. λόγω των διακυμάνσεων αυτών ο μέσος όρος της δεκαετίας είναι μηδενικός. Στον πίνακα βλέπουμε τις ποσοστιαίες μεταβολές του αριθμοδείκτη, όπως και, τις μειώσεις των ετών 2002, 2008 και 2010 με ποσοστά -139,90%, -204,01% και -302,54% αντίστοιχα. Η αύξηση εμφανίζεται στο έτος 2003 με 163,71% και στο 2007 με 124,20%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι αρνητικός για αυτόν τον δείκτη με ποσοστό -106,46%.

Ο αριθμοδείκτης απόδοσης ενεργητικού μας δείχνει την χαμηλή απόδοση των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, μιας και είναι 2%. Στον πίνακα εμφανίζονται οι ποσοστιαίες μεταβολές, η πτωτική τάση υπάρχει σε όλη την δεκαετία, με τις μεγαλύτερες μειώσεις, -8833,27% το έτος 2004 και -391,26 το 2007. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι θετικός με ποσοστό 679,07%.

Όπως και στον αριθμοδείκτη απόδοσης ιδίων κεφαλαίων τα περισσότερα χρόνια έχουμε πτωτική πορεία, με μεγαλύτερη πτώση το 2007 με ποσοστό -433,10%. Το 2003 ανακάμπτει με ποσοστό 700,17%, που όμως ο αριθμοδείκτης παραμένει κάτω από το μηδέν και συγκεκριμένα -0,17. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι αρνητικός -741,36%.

Όπως βλέπουμε ο αριθμοδείκτης αποσβέσεων παγίων μας δείχνει το ποσοστό των αποσβέσεων που απορροφάται από τις πωλήσεις, που στο παράδειγμά μας είναι 13%. Οι ποσοστιαίες μεταβολές του δείκτη έχει διακυμάνσεις με μεγαλύτερη αύξηση μεταβολής 55,08% το 2005 και μεγαλύτερη μείωση -39,22% το 2004 ενώ τα τρία τελευταία χρόνια είναι σταθερά. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι αρνητικός -13,16%.

4.2.4 Αριθμοδείκτες Δαπανών Λειτουργίας

Οι αριθμοδείκτες δαπανών λειτουργίας παρέχουν ένδειξη της πολιτικής που ακολουθεί η διοίκηση μιας επιχείρησης έναντι των διαφόρων δαπανών λειτουργίας της και της αποτελεσματικότητας έναντι των επιμέρους δαπανών. Μια ανοδική πορεία των λειτουργικών δαπανών πρέπει να διευρυνθεί μήπως δεν καταβάλλονται προσπάθειες συμπίεσής τους ή αυξάνονται δυσανάλογα των πωλήσεων ή των άλλων μεγεθών των επιχειρήσεων.(Νικήτα Α. Νιάρχου 2004)

4.2.4.1 Αριθμοδείκτης Λειτουργικών Εξόδων

$$\text{Αριθμοδείκτης Λειτουργικών : } \frac{\text{Κόστος Πωληθέντων} + \text{Λειτουργ. Έξοδα}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}} \times 100$$

Εξόδων

Ο αριθμοδείκτης αυτός βρίσκεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των λειτουργικών εξόδων (διοίκησης, διάθεσης και γενικών εξόδων) και του κόστους των πωληθέντων με τις καθαρές πωλήσεις.

Ο αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων εκφράζει το ποσοστό των καθαρών πωλήσεων, που απορροφάται από τα λειτουργικά έξοδα και το κόστος των πωληθέντων.

Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης, τόσο μικρότερη είναι η αποδοτικότητα της επιχειρήσεως, διότι το ποσοστό λειτουργικών κερδών που παραμένει σε αυτή βρίσκεται σε τέτοιο επίπεδο, που ίσως να μην επαρκεί για την εξυπηρέτηση των χρηματοοικονομικών και των άλλων εξόδων τα επιχειρήσεως.

Από την μελέτη του δείκτη αυτού διαχρονικά ή από την σύγκριση του με άλλους ομοειδών επιχειρήσεων προκύψουν όχι ενθαρρυντικά συμπεράσματα, τότε θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις διακυμάνσεις των επιμέρους εξόδων και ιδιαίτερα εκείνων που εξαρτώνται από την ακολουθούμενη πολιτική της διοικήσεως μιας επιχειρήσεως (έξοδα ενοικίων, ευρεσιτεχνιών, ανεπίδεκτων εισπράξεων απαιτήσεων, αποσβέσεων, επισκευών, προμηθευτών, κτλ.).

Η ανάλυση των επιμέρους λειτουργικών εξόδων σε σχέση με τις πωλήσεις μιας επιχειρήσεως ενδέχεται να δείχνει την ικανότητα της διοικήσεως της να προσαρμόζει τα έξοδα της ανάλογα με την αλλαγή των συνθηκών πωλήσεων.

4.2.4.2 Αριθμοδείκτης Λειτουργικών Εξόδων προς Πωλήσεις

$$\text{Αριθμοδείκτης Λειτουργικών Εξόδων προς Πωλήσεις} = \frac{\text{Λειτουργικά Έξοδα}}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός υπολογίζεται αν διαιρέσουμε τα λειτουργικά έξοδα της επιχειρήσεως με τις καθαρές πωλήσεις της χρήσεως.

Η διάσπαση του αριθμοδείκτη αυτού στα επιμέρους στοιχεία που απαρτίζουν τα λειτουργικά έξοδα σε σχέση με τις πωλήσεις αντανακλά την δυνατότητα της διοικήσεως μιας επιχειρήσεως να προσαρμόζει τα έξοδα της ανάλογα με τις συνθήκες πωλήσεων.

Η παρακολούθηση αυτού του αριθμοδείκτη διαχρονικά δείχνει την τάση των λειτουργικών εξόδων της επιχειρήσεως σε σχέση με τον όγκο των πωλήσεων της. Επίσης σύγκριση αυτού με τον αντίστοιχο αριθμοδείκτη άλλων ομοειδών επιχειρήσεων ή το μέσο όρο του κλάδου παρέχει ένδειξη για τη θέση της με βάση τα λειτουργικά της έξοδα. Στην περίπτωση που υπάρχουν στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων σε μια επιχείρηση και των αμοιβών τους είναι χρήσιμος ο υπολογισμός και ορισμένων άλλων αριθμοδεικτών, όπως είναι ο εξής:

- ✓ Ο αριθμοδείκτης καθαρών κερδών προς τις αμοιβές των απασχολούμενων.
- ✓ Ο αριθμοδείκτης παγίων προς το μέσο αριθμό απασχολούμενων.
- ✓ Ο αριθμοδείκτης του συνόλου των αμοιβών των απασχολούμενων στην επιχείρηση προς το μέσο όρο του αριθμού των απασχολούμενων.

Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τους αριθμοδείκτες των λειτουργικών εξόδων και λειτουργικών εξόδων προς πωλήσεις για τα έτη 2001-2011.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	M.O.
	Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €											
Αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων	1,47	1,61	1,91	1,48	1,63	1,71	1,81	1,62	1,69	1,77	1,84	1,68
Αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων προς πωλήσεις	0,79	0,74	1,07	0,78	0,87	0,96	1,05	0,89	0,92	0,95	0,99	0,91

Συμπέρασμα:

Ο αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων όσο μεγαλύτερος είναι, τόσο μικρότερη είναι η αποδοτικότητα της επιχειρήσεως και έχει μέσο όρο κλάδου 1,68. Στον πίνακα 8 σελ 61 μπορούμε να βρούμε τις μεγαλύτερες μειώσεις, των ποσοστιαίων μεταβολών, για τα έτη 2004 με ποσοστό -22,53% και το 2008 με -10,30%. Τα υπόλοιπα χρόνια οι μεταβολές είναι μικρές. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι θετικός με ποσοστό 2,93%.

Ο αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων προς πωλήσεις μας δείχνει ότι η επιχείρηση έχει την δυνατότητα να προσαρμόζει τα έξοδά της ανάλογα με τις συνθήκες πώλησης και έχει μέσο όρο κλάδου ,091. Οι ποσοστιαίες μεταβολές του αριθμοδείκτη έχουν μικρές διακυμάνσεις. Με την μεγαλύτερη αύξηση το 2003 με 45,46% και την μεγαλύτερη μείωση το 2008 με ποσοστό -15,45%.

4.2.5 Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας

Με αυτούς εκτιμάται η μακροχρόνια ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της και ο βαθμός προστασίας που απολαμβάνουν οι πιστωτές της. Η διαδικασία όμως εκτιμήσεως της μακροχρόνιας οικονομικής καταστάσεως της διαφέρει σημαντικά από την εκτίμηση της βραχυχρόνιας. Και αυτό γιατί, στην ανάλυση της βραχυχρόνιας καταστάσεως τα χρονικά όρια είναι μικρά και, ως εκ τούτου, είναι δυνατή η πρόβλεψη των στοιχείων εκείνων που την προσδιορίζουν, ενώ δεν συμβαίνει το ίδιο για μια μακρά περίοδο.

Η διαδικασία προσδιορισμού της οικονομικής καταστάσεως μιας επιχείρησης από μακροχρόνια σκοπιά περιλαμβάνει την ανάλυση της διαθρώσεως των κεφαλαίων της. Λέγοντας διάρθρωση κεφαλαίων μιας επιχείρησης εννοούμε τα διάφορα είδη και τις μορφές των κεφαλαίων που χρησιμοποιεί για την χρηματοδότηση της. Έτσι έχουμε τα μόνιμα (ίδια) κεφάλαια, ως και τις βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004).

Για την ανάλυση και μελέτη της μακροχρόνιας οικονομικής καταστάσεως μιας επιχειρήσεως χρησιμοποιούνται, συνήθως, οι εξής αριθμοδείκτες:

- ✓ Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια
- ✓ Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια

- ✓ Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Πάγια
- ✓ Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις
- ✓ Αριθμοδείκτης Παγίων προς μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις
- ✓ Αριθμοδείκτης Κάλυψης Τόκων

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τους εξής:

4.2.5.1 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Συνολικά Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}} \times 100$$

Η σχέση αυτή δείχνει το ποσοστό του συνόλου των ενεργητικών στοιχείων μιας επιχείρησης, που έχει χρηματοδοτηθεί από τους φορείς της.

4.2.5.2 Αριθμοδείκτης Δανειακών Κεφαλαίων

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Δανειακών Κεφαλαίων}}{\text{Κεφαλαίων}} = \frac{\text{Ξένα Κεφάλαια}}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}} \times 100$$

Η διαφορά αυτού του αριθμοδείκτη από το 100 δείχνει το ποσοστό των ξένων κεφαλαίων, που προσφέρθηκαν από τους πιστωτές για τη χρηματοδότηση του ενεργητικού. Μας δείχνει το ποσοστό των περιουσιακών στοιχείων που έχει χρηματοδοτηθεί από τους βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους πιστωτές της επιχείρησης.

Οι δύο παραπάνω αριθμοδείκτες δείχνουν την σχέση των ιδίων και των δανειακών κεφαλαίων μεταξύ τους, ως και το βαθμό προστασίας των πιστωτών μιας επιχείρησης. Έτσι, όσο μεγαλύτερο είναι το ύψος των ιδίων κεφαλαίων μιας επιχείρησης σε σχέση με τις υποχρεώσεις της τόσο μεγαλύτερη προστασία παρέχεται στους δανειστές της και τόσο μικρότερη πίεση ασκείται σ' αυτή για την εξόφληση των υποχρεώσεων της και την πληρωμή τόκων. Παρ' όλα αυτά, ένας υψηλός αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων προς τα συνολικά κεφάλαια δεν αποτελεί απαραίτητα ένδειξη ότι η επιχείρηση ακολουθεί τον επωφελέστερο τρόπο χρηματοδότησεως της.

4.2.5.3 Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Ιδίων Κεφαλαίων προς Δανειακά Κεφάλαια}}{\text{Δανειακά Κεφάλαια}} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Ξένα Κεφάλαια}}$$

Ο αριθμοδείκτης ιδίων προς δανειακά κεφάλαια χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί αν υπάρχει ή όχι υπερδανεισμός σε άλλη επιχείρηση και εκφράζει την σχέση μεταξύ των ιδίων κεφαλαίων (μετοχικό κεφάλαιο + αποθεματικό) προς το σύνολο των δανειακών κεφαλαίων (μακροπρόθεσμες + βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις).

Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει την ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους δανειστές της. Αν είναι μεγαλύτερος της μονάδας, οφείλεται στο ότι οι φορείς της επιχειρήσεως συμμετέχουν σ' αυτήν με περισσότερα κεφάλαια απ' ότι οι πιστωτές της. Εξάλλου, όσο μεγαλύτερη είναι αυτή η σχέση τόσο μεγαλύτερη ασφάλεια παρέχεται στους πιστωτές της επιχειρήσεως.

4.2.5.4 Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού προς Συνολικές Υποχρεώσεις}}{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό Σύνολο Υποχρεώσεων}} \times 100$$

Ο αριθμοδείκτης των κυκλοφοριακών στοιχείων μιας επιχειρήσεως προς το σύνολο των υποχρεώσεων της δείχνει τη ρευστότητα των μακροχρόνιων υποχρεώσεων της και βρίσκεται από την παραπάνω σχέση.

Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι σημαντικός αν ληφθεί υπόψη ότι, ορισμένα κυκλοφοριακά στοιχεία έχουν σχετικά χαμηλό βαθμό ρευστοποίησης. Ο αριθμοδείκτης αυτός επηρεάζει αντίστροφα (αρνητικά) από λειτουργικές και έκτακτες ζημιές. Είναι φανερό ότι οι βραχυχρόνιοι πιστωτές προστατεύονται περισσότερο καθώς το κεφάλαιο κινήσεως μιας επιχειρήσεως αυξάνεται με κεφάλαια των φορέων αυτής. Ένας σχετικά υψηλός αριθμοδείκτης παρέχει ένδειξη ότι, αν δεν υπάρχουν ζημιές από ρευστοποίηση των κυκλοφοριακών στοιχείων, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις θα μπορούν να εξοφληθούν από τα κεφάλαια κινήσεως.

4.2.5.5 Αριθμοδείκτης Παγίων προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις

$$\frac{\text{Αριθμοδείκτης Παγίων προς Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}{\text{Καθαρά Πάγια Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Ο αριθμοδείκτης αυτός αντανακλά, κατά τέτοιο τρόπο, το βαθμό ασφάλειας που απολαμβάνουν οι μακροχρόνιοι πιστωτές της επιχειρήσεως. Επίσης, στην περίπτωση που υπάρχει εγγραφή υποθήκης ή προσημειώσεως επί των παγίων περιουσιακών στοιχείων παρέχει ένδειξη για το αν μπορούν να αποκτήσουν επιπλέον κεφάλαια την παροχή της ίδιας εμπράγματης ασφάλειας.

Με τον παρακάτω πίνακα μπορούμε να παρακολουθήσουμε την εξέλιξη των αριθμοδεικτών ιδίων προς συνολικά κεφάλαια, των δανειακών κεφαλαίων, των ιδίων προς δανειακά κεφάλαια, του κυκλοφορούντος ενεργητικού προς συνολικές υποχρεώσεις και των παγίων προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις για τα έτη 2001-2011.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ ΔΙΑΡΘΡΩΣΕΩΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Μ.Ο.
Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €												
Αριθμοδείκτης ιδίων προς συνολικά κεφάλαια	0,79	0,58	0,57	0,66	0,60	0,58	0,58	0,66	0,67	0,66	0,68	0,64
Αριθμοδείκτης δανειακών κεφαλαίων	0,29	1,40	2,55	0,64	0,74	0,84	0,80	0,61	0,58	0,57	0,55	0,87
Αριθμοδείκτης ιδίων προς δανειακά κεφάλαια	5,20	4,93	6,88	2,70	1,79	1,64	1,56	2,96	2,93	2,57	2,73	3,26
Αριθμοδείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς συνολικές υποχρεώσεις	2,48	2,32	2,47	1,12	0,58	0,29	0,38	0,47	0,41	0,32	0,40	1,02
Αριθμοδείκτης παγίων προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	69,13	132,73	214,62	5,00	4,27	2,80	2,94	15,89	6,26	6,80	8,02	42,59

Συμπέρασμα:

Ο αριθμοδείκτης ιδίων προς συνολικά κεφάλαια μας δείχνει το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί στα στοιχεία του ενεργητικού της επιχείρησης. Ο πίνακας 9 σελ 62, μας δείχνει την μεγαλύτερη μείωση του δείκτη που είναι, το έτος 2002 με -25,64%. Τα επόμενα χρόνια υπάρχει μια αύξηση, αλλά το 2005 ξανά μειώνεται με -8,87%. Ο μέσος όρος της δεκαετίας του δείκτη είναι 0,64, δηλαδή, 64 νομ. μον. στα 100. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. του δείκτη είναι αρνητικός -0,85%.

Ο πίνακας του αριθμοδείκτη δανειακών κεφαλαίων δείχνει μια μεγάλη αύξηση το 2002 με 375,43% που συνεχίζεται και το 2003 με 82,26%, ενώ η μεγαλύτερη μείωση είναι το 2004 με -74,88%. Μείωση όμως έχουμε και το 2007 έως και το 2011, γεγονός που σχετίζεται με την πολιτική των τραπεζών να περιορίσουν την χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι θετικός με ποσοστό 37,29%.

Ο αριθμοδείκτης ιδίων προς δανειακά κεφάλαια μας δείχνει την ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους δανειστές της και στο παράδειγμά μας, 1 νομ. μον. υποχρεώσεων καλύπτεται από 3 νομ. μον. ιδίων κεφαλαίων. Στον πίνακα 9 σελ 62, εξετάζουμε την μεγάλη μείωση του 2004 με ποσοστό -60,72% και συνεχίζει αρνητική πορεία μέχρι το 2007, ενώ υπάρχει αύξηση το 2008 με 88,95%. Από το μέσο όρο του κλάδου, που είναι 3,26, παρατηρούμε ότι τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν περισσότερο από τρεις φορές τα ξένα κεφάλαια. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. του δείκτη είναι θετικός με 0,91%.

Στον αριθμοδείκτη κυκλοφορούντος ενεργητικού προς συνολικές υποχρεώσεις είναι φανερό ότι το ενεργητικό είναι ικανοποιητικό γιατί το κυκλοφορούν ενεργητικό υπερκαλύπτει το σύνολο των υποχρεώσεων του κλάδου, αυτό φαίνεται από το μέσο όρο του κλάδου. Στον πίνακα, υπάρχουν μεγάλες μειώσεις στο έτος 2004 έως το έτος 2006, ενώ έρχεται η ανάκαμψη το 2011 με ποσοστό 23,65%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι αρνητικός με ποσοστό -10,95%.

Στο παράδειγμα του πίνακα, του αριθμοδείκτη παγίων προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, για τις ποσοστιαίες μεταβλητές, έχουμε σημαντική αύξηση τα δύο πρώτα χρόνια καθώς και το 2008 με ποσοστό 441,39%, ενώ η μεγαλύτερη μείωση έγινε το 2004 με -97,67%. Ο Μ.Ε.Ρ.Μ. είναι θετικός με ποσοστό 41,93%. Ο μέσος όρος του αριθμοδείκτη (42,59) μας δείχνει, ότι τα πάγια μας καλύπτουν 42 φορές τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις μας.

4.2.6 Επενδυτικοί Αριθμοδείκτες

Οι αριθμοδείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται από τους επενδυτές όταν πρόκειται να αποφασίσουν αν θα πρέπει να αγοράσουν, να πωλήσουν ή να διατηρήσουν την επένδυσή τους σε μετοχικούς τίτλους μιας επιχειρήσεως.

Οι περισσότεροι από τους ευρύτατα χρησιμοποιούμενους επενδυτικούς αριθμοδείκτες σχετίζουν την τρέχουσα τιμή των μετοχών μιας επιχειρήσεως με κατά μετοχή μεγέθη του ισολογισμού και της καταστάσεως αποτελεσμάτων χρήσεως. Η αναφορά σε κατά μετοχή σχέσεις είναι χρήσιμη από πρακτικής απόψεως διότι οι τιμές που αναφέρονται στην χρηματιστηριακή Αγορά αφορούν τη μια μετοχή και όχι συνολικά μεγέθη της επιχειρήσεως. (Νικήτα Α. Νιάρχου 2004).

Οι σπουδαιότεροι επενδυτικοί αριθμοδείκτες είναι οι εξής:

- ✓ Το Κατά Μετοχή Κέρδη
- ✓ Το Κατά Μετοχή Μέρισμα
- ✓ Η Μερισματική Απόδοση
- ✓ Το Ποσοστό Διανεμομένων Κερδών
- ✓ Η Εσωτερική Αξία Μετοχής
- ✓ Ο Λόγος Τιμής προς Κέρδη Κατά Μετοχή
- ✓ Η Ταμειακή Ροή Κατά Μετοχή
- ✓ Ο Αριθμοδείκτης Αποδόσεων Μετοχής σε Ταμειακή Ροή

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τους εξής:

4.2.6.1 Μέρισμα κατά μετοχή

$$\frac{\text{Μέρισμα}}{\text{Κατά μετοχή}} : \frac{\text{Σύνολο Μερισμάτων}}{\text{Αριθμός Μετοχών σε Κυκλοφορία}}$$

Ο δείκτης των κατά μετοχή κερδών μιας επιχειρήσεως παρέχει ένδειξη του ποσοστού των κερδών που μοιράζονται στους μετόχους (μέρισμα) και αυτού που παρακρατείται από την επιχείρηση με την μορφή διαφόρων αποθεματικών. Για τούτο ο υπολογισμός του ύψους του κατά μετοχή μερίσματος αποτελεί χρήσιμο δείκτη.

Το μέρισμα κατά μετοχή (D.P.S) βρίσκεται αν διαιρέσουμε το σύνολο των δανειακών κερδών (μερισμάτων) της χρήσεως με το σύνολο των μετοχών που δικαιούνται μερίσματος.

4.2.6.2 Η Τρέχουσα Μερισματική Απόδοση

$$\frac{\text{Τρέχουσα Μερισματική Απόδοση}}{\text{Μέρισμα Κατά Μετοχή}} : \frac{\text{Τιμή μετοχής στο Χρηματιστήριο}}{\text{X 100}}$$

Η τρέχουσα νομισματική απόδοση δείχνει την απόδοση που απολαμβάνουν οι επενδυτές από τα μερίσματα των μετοχών που έχουν επενδύσει τα κεφάλαια τους και βρίσκεται αν διαιρέσουμε το μέρισμα κατά μετοχή με την τιμή της μετοχής στο χρηματιστήριο.

Η μερισματική απόδοση δείχνει το πόσο συμφέρουσα είναι η επένδυση σε μετοχές μιας δεδομένης επιχειρήσεως με βάση το μέρισμα το οποίο εισπράττει και την τρέχουσα χρηματιστηριακή τους αξία.

Όσο μεγαλύτερη είναι η μερισματική απόδοση μιας μετοχής τόσο πιο ελκυστική είναι η μετοχή για τους επενδυτές. Σύγκριση της μερισματικής αποδόσεως μιας επιχειρήσεως με τη μερισματική απόδοση άλλων επιχειρήσεως δείχνει τη σχετική σπουδαιότητα αυτής. Οι μερισματικές αποδόσεις διαφόρων επιχειρήσεων διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους και τούτο γιατί το ύψος των μερισμάτων που καταβάλλει κάθε μια εξαρτάται από τη μερισματική πολιτική που ακολουθεί.

Ο πίνακας αυτός μας δείχνει τους επενδυτικούς αριθμοδείκτες, πιο αναλυτικά, μερίσματος ανά μετοχή και τρέχουσας μερισματικής απόδοσης που είχαν για τα έτη 2001-2011.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΙ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ													
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	M.O.	
	Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €												
Μέρισμα ανά μετοχή	0,09	0,08	0,06	0,25	0,19	0,13	0,30	0,28	0,15	0,00	0,04	0,13	
Τρέχουσα μερισματική απόδοση	0,02	0,02	0,01	0,05	0,04	0,02	0,02	0,06	0,02	0,00	0,01	0,02	

Συμπέρασμα:

Από τον πίνακα 10 σελ 63 βλέπουμε την ποσοστιαία μεταβολή του αριθμοδείκτη μέρισμα ανά μετοχή, που έχει αρκετές πτωτικές τιμές με μέγιστη το 2009 με -45,06% και το 2011 με -62,50%, που όμως τις καλύπτουν οι αυξήσεις στα έτη 2004

με ποσοστό 304,37% και του 2007 με 136,84%. Έτσι δίνουν μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής θετικό με 19,79%. Ο μέσος όρος της δεκαετίας είναι 0,13, δηλαδή, 13 νομ. μον. για κάθε 100 νομ. μον.

Έκπληξη μας προκαλεί η αύξηση τις ποσοστιαίας μεταβολής του αριθμοδείκτη τρέχουσας μερισματικής απόδοσης του 2010 με 316,60% μέσα σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Την μεγαλύτερη πτώση τιμής στο έτος 2011 με -93,24% ο μέσος ρυθμός ετήσιας μεταβολής είναι θετικός με 51,26%. Ο μέσος όρος του αριθμοδείκτη της δεκαετίας είναι 0,02, δηλαδή 2%, μας δείχνει πόσο συμφέρουσα είναι η μετοχή.

Γενικό Συμπέρασμα

Μελετώντας την οικονομική ανάλυση για τον κλάδο των ξενοδοχειακών μονάδων Astir Palace Vouliagmeni S.A., Geke S.A., Ionian Hotels Enterprises S.A. και την Lampsia Hellenic Hotels S.A., μέσα από την χρήση των αριθμοδεικτών μπορούμε να δούμε ότι χρόνο με το χρόνο οι πωλήσεις μειώνονται. Αν και οι επιχειρήσεις προσπαθούν να σταματήσουν αυτήν την πτώση με αύξηση των πωλήσεων.

Με τους αριθμοδείκτες ρευστότητας βλέπουμε ότι από την μελέτη της δεκαετίας η καλύτερη χρονιά για τις τέσσερις επιχειρήσεις είναι το 2011 με πολύ υψηλό ποσοστό και η χειρότερη το 2010. Χαρακτηριστικά, από τα παραπάνω πρέπει να αναφέρω τα διαθέσιμα και το κυκλοφορούν ενεργητικό που είναι άμεσα ρευστοποιήσιμα και μας δείχνει ότι είναι διπλάσιο των βραχυχρόνιων υποχρεώσεων του κλάδου, ενώ τα πάγια τους καλύπτουν 42 φορές των όγκο των μακροχρόνιων υποχρεώσεων.

Επίσης με τους αριθμοδείκτες αποδοτικότητας που χρησιμοποιούμε για την χρηματοοικονομική ανάλυση για τις εταιρίες, ο αριθμοδείκτης ιδίων κεφαλαίων φαίνεται ότι καλύπτει πάνω από το μισό των συνολικών κεφαλαίων πράγμα που δίνει την δυνατότητα στους πιστωτές του κλάδου να απολαμβάνουν ένα περιθώριο ασφάλειας.

Δεν πρέπει όμως να αγνοήσουμε την μείωση των πωλήσεων τα τελευταία χρόνια και η οποία είναι κατά την γνώμη μου απώρεια ης οικονομικής κρίσης που μας δίνει το κόστος πωληθέντων συν τα λειτουργικά έξοδα και έτσι να ξεπεράσουν τις καθαρές πωλήσεις.

Για τον αριθμοδείκτη ταχύτητας κυκλοφορίας του ενεργητικού παρατηρούμαι ότι για την δεκαετία η καλύτερη χρονιά ήταν το 2007, αλλά έχουμε γρήγορη πτώση που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιούν πιο εντατικά τα πάγια τους σε σχέση με τις πωλήσεις τους.

Παρατηρούμαι ακόμα ότι το μέγεθος του αριθμοδείκτη ιδίων κεφαλαίων προς τα συνολικά κεφάλαια είναι 0,64 ή 64%, που μας δείχνει το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων που έχουν επενδύθει στα στοιχεία του ενεργητικού. Για τις εταιρίες που εξετάζουμε είναι ικανοποιητικό ποσοστό, αφού οι επενδυτές παίρνουν το 50% της κάλυψης των συνολικών κεφαλαίων.

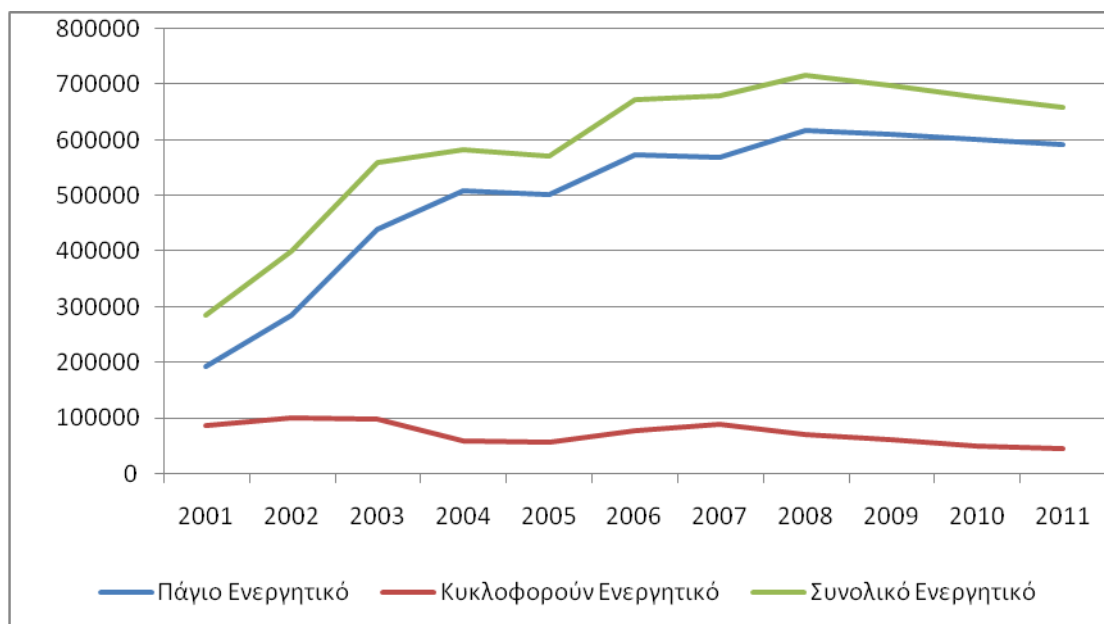
Τέλος από την μελέτη του αριθμοδείκτη μέρισμα ανά μετοχή, στα στοιχεία του κλάδου, η καλύτερη χρονιά ήταν το 2004 με μέσο όρο του κλάδου 0,13, που όμως δεν είναι κ τόσο ικανοποιητικό αποτέλεσμα αφού για επένδυση 100 νομ. μον. οι επιχειρήσεις κερδίζουν 13 νομ. μον.

Πίνακας 1. Βασικά στοιχεία Ενεργητικού

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €										
Πάγιο Ενεργητικό	192.513	284.718	440.153	509.680	502.696	572.686	569.504	617.532	610.792	601.736	591.166
Αποθέματα	946	632	3.420	1.974	2.037	2.379	2.476	2.865	2.614	2.262	2.152
Απαιτήσεις	14.762	21.663	29.436	14.313	13.833	15.413	14.276	38.949	34.868	28.114	15.899
Ρευστά διαθέσιμα	70.389	78.236	65.801	38.652	39.016	24.405	36.667	27.516	21.814	18.355	25.667
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	86.359	100.912	98.933	59.561	56.856	78.343	89.447	70.101	59.982	49.477	44.491
Συνολικό Ενεργητικό	285.738	401.128	559.185	583.964	571.478	672.282	679.844	716.885	697.293	677.490	659.977

Ποσοστιαίες μεταβολές											
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	Μ.Ε.Ρ.Μ.
Πάγιο Ενεργητικό	47,90%	54,59%	15,80%	-1,37%	13,92%	-0,56%	8,43%	-1,09%	-1,48%	-1,76%	13,44%
Αποθέματα	-33,22%	441,14%	-42,28%	3,19%	16,79%	4,08%	15,71%	-8,74%	-13,49%	-4,86%	37,83%
Απαιτήσεις	46,74%	35,88%	-51,38%	-3,35%	11,42%	-7,38%	172,83%	-10,48%	-19,37%	-43,45%	13,15%
Ρευστά διαθέσιμα	11,15%	-15,89%	-41,26%	0,94%	-37,45%	50,24%	-24,96%	-20,72%	-15,86%	39,84%	-5,40%
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	16,85%	-1,96%	-39,80%	-4,54%	37,79%	14,17%	-21,63%	-14,43%	-17,51%	-10,08%	-4,11%
Συνολικό Ενεργητικό	40,38%	39,40%	4,43%	-2,14%	17,64%	1,12%	5,45%	-2,73%	-2,84%	-2,58%	9,81%

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Πάγιο Ενεργητικό	192513	284718	440153	509680	502696	572686	569504	617532	610792	601736	591166
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	86.359	100.912	98.933	59.561	56.856	78.343	89.447	70.101	59.982	49.477	44.491
Συνολικό Ενεργητικό	285.738	401.128	559.185	583.964	571.478	672.282	679.844	716.885	697.293	677.490	659.977



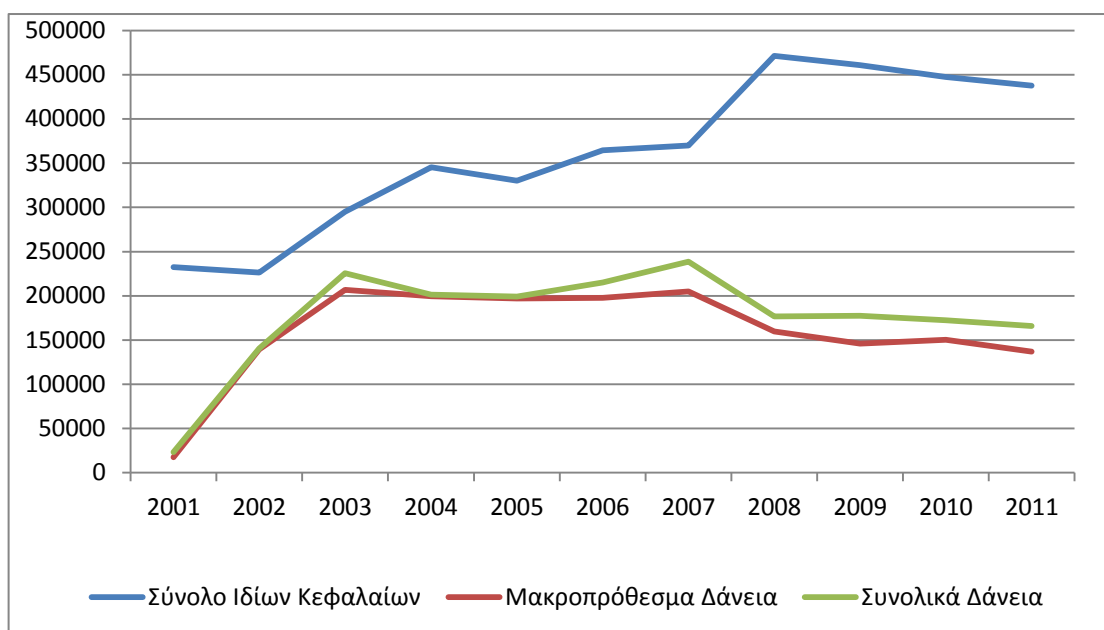
Το σχεδιάγραμμα αυτό, παρουσιάζει την διαχρονική αύξηση των παγίων, τις αυξημένες επενδύσεις παγίων στα πρώτα έτη και στην συνέχεια την σταθεροποίηση τους με μικρή αυξητική τάση. Επίσης, την σταθεροποίηση του κυκλοφορούν και την μικρή μείωση του τα τελευταία 3 έτη. Η καμπύλη του συνόλου πρέπει να θεωρείται ικανοποιητική.

Πίνακας 2. Βασικά στοιχεία Παθητικού.

ΠΑΘΗΤΙΚΟ											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €											
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	232.462	226.392	294.947	345.246	330.114	364.424	370.053	471.302	460.714	447.512	437.813
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	24.019	143.995	212.611	209.153	207.713	262.604	244.724	190.024	175.660	180.487	167.832
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	29.265	30.739	51.621	29.565	33.656	45.252	65.068	55.561	60.918	49.493	54.332
Συνολικές Υποχρεώσεις	53.284	174.734	264.232	238.718	241.369	307.856	309.792	245.585	236.578	229.979	222.164
Μακροπρόθεσμα Δάνεια	17.411	139.388	206.857	199.427	197.017	197.868	204.891	159.771	145.820	150.277	136.909
Συνολικά Δάνεια	23.221	140.387	225.485	201.207	199.158	215.167	238.473	176.776	177.350	172.450	165.797

Ποσοστιαίες μεταβολές											
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	M.E.P.M.
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	-2,61%	30,28%	17,05%	-4,38%	10,39%	1,54%	27,36%	-2,25%	-2,87%	-2,17%	7,24%
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	499,51%	47,65%	-1,63%	-0,69%	26,43%	-6,81%	-22,35%	-7,56%	2,75%	-7,01%	53,03%
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	5,04%	67,93%	-42,73%	13,84%	34,45%	43,79%	-14,61%	9,64%	-18,76%	9,78%	10,84%
Συνολικές Υποχρεώσεις	227,93%	51,22%	-9,66%	1,11%	27,55%	0,63%	-20,73%	-3,67%	-2,79%	-3,40%	26,82%
Μακροπρόθεσμα Δάνεια	700,55%	48,40%	-3,59%	-1,21%	0,43%	3,55%	-22,02%	-8,73%	3,06%	-8,90%	71,15%
Συνολικά Δάνεια	504,57%	60,62%	-10,77%	-1,02%	8,04%	10,83%	-25,87%	0,32%	-2,76%	-3,86%	54,01%

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	232462	226392	294947	345246	330114	364424	370053	471302	460714	447512	437813
Μακροπρόθεσμα Δάνεια	17.411	139.388	206.857	199.427	197.017	197.868	204.891	159.771	145.820	150.277	136.909
Συνολικά Δάνεια	23.221	140.387	225.485	201.207	199.158	215.167	238.473	176.776	177.350	172.450	165.797



Το γραφίμα αυτό μας δείχνει ότι το ύψος των ιδίων κεφαλαίων είναι αρκετά υψηλότερο από τα ξένα, πράγμα που σημαίνει ότι έχουμε επάρκεια ιδίων κεφαλαίων που δίνει την δυνατότητα στους πιστωτές μας να απολαμβάνουν ένα περιθώριο ασφάλειας.

Πίνακας 3. Βασικά στοιχεία της Κατάστασης Αποτελεσμάτων Χρήσης.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €											
Καθαρές Πωλήσεις	62.142	57.823	74.534	115.072	100.839	124.783	135.654	147.592	126.886	118.622	112.323
Κόστος Πωλήσεων	43.429	47.726	66.082	84.325	79.185	94.899	100.023	107.267	101.311	98.761	97.737
SGA	8.499	7.394	11.497	13.147	13.098	15.341	18.654	21.115	21.642	21.187	20.278
Συνολικές Λειτουργικές Δαπάνες	50.578	39.199	82.295	95.112	90.941	118.345	125.364	134.140	120.668	116.909	116.846
Μικτό Κέρδος	18.713	10.097	8.452	30.747	21.654	29.884	33.258	38.952	25.487	19.776	14.193
Κέρδη προ Φόρων	13.478	4.017	-9.023	13.999	6.692	-4.130	3.457	6.656	3.952	-5.925	-7.325
Κέρδη μετά Φόρων	9.385	-367	-15.433	5.119	2.264	-2.571	2.014	10.451	-1.460	-8.260	-12.833
Καθαρά Κέρδη	9.385	-367	-15.433	5.119	2.078	-3.110	2.004	8.076	-1.704	-8.498	-12.900

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Καθαρές Πωλήσεις	62142	57823	74534	115072	100839	124783	135654	147592	126886	118622	112323
Μικτό Κέρδος	18.713	10.097	8.452	30.747	21.654	29.884	33.258	38.952	25.487	19.776	14.193
Καθαρά Κέρδη	9.385	-367	-15.433	5.119	2.078	-3.110	2.004	8.076	-1.704	-8.498	-12.900

Ποσοστιαίες μεταβολές

	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	M.E.P. M.
Καθαρά Κέρδη	-103,91%	4105,18%	-133,17%	-59,41%	-249,66%	-164,44%	302,99%	-121,10%	398,76%	51,80%	402,71%
Κέρδη μετά Φόρων	-103,91%	4105,18%	-133,17%	-55,77%	-213,56%	-178,34%	418,92%	-113,97%	465,83%	55,37%	424,66%
Κέρδη προ Φόρων	-70,20%	-324,62%	-255,15%	-52,20%	-161,72%	-183,70%	92,54%	-40,63%	-249,92%	23,64%	-122,20%
Μικτό Κέρδος	-46,04%	-16,29%	263,78%	-29,57%	38,01%	11,29%	17,12%	-34,57%	-22,41%	-28,23%	15,31%
Συνολικές Λειτουργικές Δαπάνες	-22,50%	109,94%	15,57%	-4,39%	30,13%	5,93%	7,00%	-10,04%	-3,11%	-0,05%	12,85%
SGA	-13,00%	55,49%	14,35%	-0,37%	17,12%	21,60%	13,19%	2,49%	-2,10%	-4,29%	10,45%
Κόστος Πωλήσεων	9,89%	38,46%	27,61%	-6,10%	19,84%	5,40%	7,24%	-5,55%	-2,52%	-1,04%	9,32%
Καθαρές Πωλήσεις	-6,95%	28,90%	54,39%	-12,37%	23,74%	8,71%	8,80%	-14,03%	-6,51%	-5,31%	7,94%

Πίνακας 4. Βασικά στοιχεία Αξίας Επιχείρησης

Αξία επιχείρησης - Χρηματιστηριακή αξία											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Απόλυτα μεγέθη σε χιλ. €										
Αξία επιχείρησης	350.526	510.888	682.113	706.796	774.305	948.403	1.000.437	1.052.471	1.055.863	919.633	834.509
Χρηματιστηριακή αξία	470.816	497.499	585.477	562.508	632.813	761.617	835.950	910.283	909.927	774.565	702.385
Δείκτης Πτώχευσης (z-score)	10,33	8,60	12,21	5,90	4,94	3,80	3,59	5,00	4,90	3,78	3,48

Ποσοστιαίες μεταβολές											
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09	2011/10	Μ.Ε.Ρ.Μ.
Αξία επιχείρησης	45,75%	33,52%	3,62%	9,55%	22,48%	5,49%	5,20%	0,32%	-12,90%	-9,26%	10,38%
Χρηματιστηριακή αξία	5,67%	17,68%	-3,92%	12,50%	20,35%	9,76%	8,89%	-0,04%	-14,88%	-9,32%	4,67%

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Ελληνική

- ✓ Παππάς, Ν. (2006) Οι Οικονομικές, Κοινωνικές και Χωρικές Διαστάσεις του Τουρισμού στη Ρόδο μέσω των Αντιλήψεων των Πληροφορητών. Δημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- ✓ Χρήστου, Ε.(1997) Ερευνώντας την Τριτοβάθμια Ξενοδοχειακή Εκπαίδευση: Αξιολόγηση του Συστήματος. Τουρισμός και Οικονομία.
- ✓ Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό. Αθήνα: Interbooks.
- ✓ Πάρις Α. Τσάρτας (2010) Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη, χαρακτηριστικά, διερευνήσεις, προτάσεις
- ✓ J.-P. Lozato-Giotart (1996) Τουριστική Γεωγραφία. (Μετάφραση από Μιχάλη Πολίτη, Λέκτορας Ιονίου Πανεπιστημίου.
- ✓ Βαγιονής, Ν., & Καφούρος, Β., (2007). Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα και στην Μεσόγειο, Αθήνα: Εκδόσεις ΚΕΠΕ
- ✓ Νιάρχος Α. Νικήτας (2004). Χρηματοοικονομική ανάλυση οικονομικών καταστάσεων.

B. Πηγές από το Διαδίκτυο

- ✓ Χρήστου, Κασσιανίδης, Σιγάλα & Αβδημιώτης,(2007). Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Ισχύουσα Κατάσταση, Διεθνείς Τάσεις και Προοπτικές. Αθήνα: ebusiness-forum.
- ✓ Βαγιονής, Ν., & Καφούρος, Β., (2007). Τουριστική Ανάπτυξη στην Ελλάδα και στην Μεσόγειο, Αθήνα: Εκδόσεις ΚΕΠΕ
- ✓ Βικιπαιδεία, Η ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια, Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://el.wikipedia.org/>
- ✓ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) Ελληνικός Τουρισμός Στοιχεία & Αριθμοί, Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.sete.gr/default.php?pname=EllinikosTourismos&la=1>
- ✓ Answers.com - Reference Answers, Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.answers.com/topic/questionnaire>
- ✓ European Commission - Culture, Πηγή από το διαδίκτυο:
http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc423_en.htm
- ✓ Internet Promotions, Πηγή από το διαδίκτυο: www.ip.gr
- ✓ Internet World Stats - www.internetworldstats.com
- ✓ Motive Glossary, Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.motive.co.nz/glossary/navigation.php>

- ✓ TechTerms.com - FAQ, Πηγή από το διαδίκτυο:
www.techterms.com/definition/faq
- ✓ Web Design Blog, Πηγή από το διαδίκτυο: www.webdesignblog.gr
- ✓ Webopedia Computer Directory, Πηγή από το διαδίκτυο:
<http://www.webopedia.com/>
- ✓ Wikipedia, Πηγή από το διαδίκτυο: <http://en.wikipedia.org/>
- ✓ wiseGEEK, Πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.wisegeek.com/>
- ✓ Υπουργείο Οικονομικών, Πηγή από το διαδίκτυο: <http://www.minfin.gr/portal/>
- ✓ Η καθημερινή, Πηγή από το
διαδίκτυο:<http://kathimerini.newspaperdirect.com/epaper/viewer.aspx>

Γ. Ξενογλωσση

- ✓ Limayem, A., Hillier, M. & Vogel, D. (2003). Sophistication of Online Tourism Websites in Hong Kong: An Exploratory Study. Americas Conference of Information System4,-5 August, Tampa, USA.
- ✓ Lockwood, A. & Medlik, S. (2001) Tourism and Hospitality in the 21st Century. London: Butterworth - Heinemann.
- ✓ Pappas, N. (2006) City of Rhodes: Residents' Perspectives toward Tourism Impacts. International Conference of Trends and Policies on Tourism Development, 15 - 18 June, Hellenic Open University, Heraklion, Crete, Greece.
- ✓ Gibson, J. (1993) Economic Adaptation: Alternatives for Non Metropolitan Areas. San Francisco: Westview Press, Inc.
- ✓ Olsen, M. (1991) Strategic Management in the Hospitality Industry: A Literature Review. Στο: C. Cooper (eds) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, London: Belhaven Press.
- ✓ Bastakis, C., Buhalis, D. & Butler, R. (2004) The Perception of Small and Medium Sized Tourism Accommodation Providers on the Impacts of the Tour Operators' Power in Eastern Mediterranean. Tourism Management.
- ✓ Andriotis, K. (2000) Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete. Unpublished PhD Thesis, Bournemouth: Bournemouth University.
- ✓ Apostolopoulos, Y. & Sonmez, S. (2000). New Directions in Mediterranean Tourism: Restructuring and Cooperative Marketing in the Era of Globalization.

Πίνακας 5. Ποσοστιαίες Μεταβολές Αριθμοδεικτών

Ρευστότητας

	Ποσοστιαίες μεταβολές							
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08
Γενική Ρευστότητα	14,84%	-8,26%	-28,03%	-20,07%	2,12%	4,71%	6,22%	3,68%
Ειδική Ρευστότητα	15,96%	-10,00%	-28,39%	-20,95%	3,15%	4,90%	6,22%	3,88%

Πίνακας 6. Ποσοστιαίες Μεταβολές

Αριθμοδεικτών Δραστηριότητας

Ποσοστιαίες μεταβολές

	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07
Ταχύτητα καθαρού κεφαλαίου κίνησης	-93,79%	27,17%	425,27%	-165,26%	797,75%	-149,24%	-117,00%
Ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού	-39,29%	1,23%	31,59%	-10,49%	-16,13%	2417,12%	-95,69%
Ταχύτητα κυκλοφορίας παγίων	935,42%	49,81%	-76,71%	-9,74%	29,69%	10,49%	-21,34%
Ταχύτητα κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων	4,96%	40,13%	-34,27%	-2,44%	-5,36%	1686,53%	-94,48%

Πίνακας 7. Ποσοστιαίες Μεταβολές Αριθμοδεικτών

Αποδοτικότητα

	Ποσοστιαίες μεταβολές							
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08
Μικτό περιθώριο κέρδους	-60,07%	27,57%	84,54%	-21,55%	4,11%	-2,08%	9,66%	-14,29%
Κόστος πωληθέντων προς καθαρές πωλήσεις	28,90%	-4,11%	-16,76%	9,47%	-1,30%	0,69%	-3,12%	5,21%
Καθαρό περιθώριο κέρδους	-139,90%	163,71%	-162,81%	-38,59%	-142,83%	124,20%	-240,01%	-54,08%

Δείκτης Απόδοσης Ενεργητικού	-61,56%	-106,54%	-8833,27%	-34,90%	-81,73%	-391,26%	-187,42%	-33,
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	-128,55%	700,17%	-155,53%	0,64%	-85,25%	-433,10%	-202,24%	-41,
Αποσβέσεις προς πωλήσεις	52,23%	17,63%	-39,22%	55,08%	-3,44%	-0,31%	-5,76%	18,

Πίνακας 8. Ποσοστιαίες Μεταβολές
Αριθμοδεικτών Δαπανών Λειτουργίας

	Ποσοστιαίες μεταβολές								
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09
Αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων	9,43%	18,63%	-22,53%	10,20%	4,81%	5,98%	-10,30%	3,98%	4,78%
Αριθμοδείκτης λειτουργικών εξόδων προς πωλήσεις	-7,12%	45,46%	-27,01%	10,84%	10,16%	10,14%	-15,45%	2,97%	3,42%

Πίνακας 9. Ποσοστιαίες Μεταβολές Αριθμοδεικτών
Διαθρόσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας

	Ποσοστιαίες μεταβολές								
	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09
Αριθμοδείκτης ιδίων προς συνολικά κεφάλαια	-25,64%	-1,87%	15,44%	-8,87%	-4,68%	0,01%	15,16%	0,84%	-0,76%
Αριθμοδείκτης δανειακών κεφαλαίων	375,43%	82,26%	-74,88%	15,61%	13,76%	-4,92%	-24,34%	-3,94%	-2,11%
Αριθμοδείκτης ιδίων προς δανειακά κεφάλαια	-5,02%	39,38%	-60,72%	-33,86%	-8,28%	-4,53%	88,95%	-0,95%	-12,25%
Αριθμοδείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς συνολικές υποχρεώσεις	-6,18%	6,54%	-54,78%	-48,38%	-48,96%	29,48%	24,25%	-13,71%	-21,44%
Αριθμοδείκτης παγίων προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	92,00%	61,69%	-97,67%	-14,59%	-34,59%	5,03%	441,39%	-60,60%	8,51%

Πίνακας 10. Ποσοστιαίες Μεταβολές
Επενδυτικών Αριθμοδεικτών

Ποσοστιαίες μεταβολές

	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05	2007/06	2008/07	2009/08	2010/09
Μέρισμα ανά μετοχή	-13,51%	-23,75%	304,37%	-24,32%	-32,14%	136,84%	-7,78%	-45,06%	-34,21%
Τρέχουσα μερισματική απόδοση	-5,62%	-31,61%	292,65%	-33,05%	-43,82%	4,27%	162,86%	-56,41%	316,60%