

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**  
**FINANCIAL ANALYSIS IN HOTELS IN CRETE**

**Ονοματεπώνυμα Φοιτητών**

**ΚΑΡΑΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ**

**A.M. 9717**

**ΠΟΛΛΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ**

**A.M. 9543**

**Επιβλέπων: ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ**

**Ηράκλειο ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ, 2016**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....</b>	<b>[4]</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>[8]</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ</b>	
1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	[9]
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	[12]
1.3 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ .....	[14]
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-ΚΡΗΤΗ</b>	
2.1 ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	[17]
2.2 ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ανά ήπειρο).....	[19]
2.3 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.....	[23]
2.4 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ(ανά μέγεθος ξεν/κες μονάδας).....	[29]
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ.....	[33]
3.1.1. ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	[34]
3.1.2. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ.....	[35]
3.1.3. ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	[36]
3.1.4. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ.....	[37]
3.2 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ.....	[38]
3.2.1. ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	[40]
3.2.2. ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ.....	[41]
3.2.3. ΔΕΙΚΤΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ & ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΗΣ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ.....	[42]
3.2.4. ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	[44]
3.2.5. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ Η΄ ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ.....	[45]

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝ/ΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**

### **4.1 ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ**

4.1.1. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ..... [52]

4.1.2. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ.....[54]

4.1.3. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ..... [56]

### **4.2 ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ**

4.2.1. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ..... [57]

4.2.2. ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ.....[59]

### **4.3 ΜΟΧΛΕΥΣΗ**

4.3.1. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΧΡΕΟΣ.....[60]

4.3.2. ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ.....[62]

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....[62]**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....[64]**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Ελλάδα λόγω των πολλών και σημαντικών πολιτιστικών και ιστορικών στοιχείων που διαθέτει αλλά και της γεωγραφικής της μορφής θεωρείται ως ένας κατεξοχήν τουριστικός προορισμός. Εκτός της κλασικής μορφής του μαζικού τουρισμού έχουν αναπτυχθεί και εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι οποίες προσφέρουν ένα πιο πλήρες τουριστικό προϊόν για τον κάθε ενδιαφερόμενο.

Τα παραπάνω συντέλεσαν ώστε ο τουριστικός κλάδος να αποτελεί σήμερα έναν από του βασικότερους πυλώνες στήριξης της Ελληνικής οικονομίας. Η συνεισφορά του τουρισμού είναι πολύπλευρη καθώς συμμετέχει με διάφορους τρόπους στην βελτίωση σημαντικών οικονομικών δεικτών της Ελληνικής οικονομίας όπως είναι το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, η ανεργία, το εμπορικό ισοζύγιο, κ.ά.. Επίσης σημαντικό στοιχείο είναι ότι παράλληλα με τις αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις υπάρχει και μια πληθώρα άλλων επιχειρήσεων που αλληλεπιδρώντας με τις τουριστικές επιχειρήσεις αποκομίζουν οφέλη.

Η Κρήτη αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Η έκταση του νησιού καθώς και η γεωγραφική και μορφολογική του ανατομία το καθιστούν δέκτη μεγάλου αριθμού τουριστών. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την Κρήτη το κάνουν είτε για τον ήλιο και την θάλασσα, είτε για τα ιστορικά της μνημεία και τα μουσεία, είτε για τα φυσικά αξιοθέατα. Οι μορφές του τουρισμού συνεπώς που εμφανίζονται στην Κρήτη είναι όλων των ειδών.

Η οικονομική κρίση των τελευταίων ετών όπως είναι λογικό επηρέασε όλους τους κλάδους της οικονομίας και φυσικά και τον τουριστικό κλάδο. Τα τελευταία σημαντικό στοιχείο ωστόσο είναι η ανοδική πορεία αυτή να συνδυάζεται και με θετική οικονομική πορεία των τουριστικών επιχειρήσεων έτσι ώστε να υπάρχει ανταπόκριση και βελτίωση των οικονομικών συνθηκών της χώρας. Ένας τρόπος μελέτης του στοιχείου αυτού είναι μέσα από την χρηματοοικονομική ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων των συγκεκριμένων επιχειρήσεων.

χρόνια ωστόσο, φαίνεται ότι ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα ανακάμπτει με γοργούς ρυθμούς. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται σχετικά με τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες δείχνουν μια συνεχώς ανοδική τάση με το 2014 να αποτελεί μια από τις καλύτερες τουριστικές σεζόν της Ελλάδας και της Κρήτης.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση είναι μια μέθοδος όπου λαμβάνονται στοιχεία από τις οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων και μέσα από την μελέτη των στοιχείων αυτών προκύπτουν διάφορα αποτελέσματα. Ο καλύτερος και ευκολότερος τρόπος ανάλυσης και μελέτης είναι μέσα από την χρήση

αριθμοδεικτών. Οι αριθμοδείκτες που υπάρχουν είναι πάρα πολλοί. Ο ενδιαφερόμενος πρέπει να επιλέξει τον κατάλληλο δείκτη ο οποίος θα συνδυάζει τα στοιχεία που επιθυμεί και θα του αποφέρει τα αποτελέσματα που θέλει να μελετήσει. Συνεπώς για την πραγματοποίηση μια χρηματοοικονομικής ανάλυσης δεν υπάρχουν σταθεροί δείκτες που χρησιμοποιούνται πάντα αλλά υπάρχει η δυνατότητα επιλογής. Φυσικά υπάρχουν κάποιοι χρηματοοικονομικοί δείκτες που είναι πιο διαδεδομένοι από τους υπόλοιπους και συνήθως χρησιμοποιούνται στις περισσότερες μελέτες.

Στην συγκεκριμένη εργασία πραγματοποιήθηκε μια χρηματοοικονομική ανάλυση με βάση κάποιους από τους πιο διαδεδομένους χρηματοοικονομικούς αριθμοδείκτες. Η χρηματοοικονομική ανάλυση αυτή έδειξε ότι η ανοδική πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα και την Κρήτη τα τελευταία χρόνια επηρεάζει θετικά και τα οικονομικά στοιχεία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Παρά τα αρνητικά αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης και στις συγκεκριμένες επιχειρήσεις φαίνεται ότι το κλίμα αντιστρέφεται σιγά-σιγά και η πορεία που παρατηρείται τουλάχιστον τα τελευταία χρόνια είναι θετική.

Σαφώς και απαιτείται βαθύτερη ανάλυση με την χρησιμοποίηση μεγαλύτερου δείγματος και ίσως και περισσότερων αριθμοδεικτών ώστε να προκύψουν πιο ασφαλή και αντικειμενικά συμπεράσματα. Η γενική αίσθηση ωστόσο που αποκομίζεται από την παρούσα εργασία είναι ότι το κλίμα αλλάζει προς μια πιο αισιόδοξη ατμόσφαιρα.

## FINANCIAL ANALYSIS IN HOTELS IN CRETE

### SUMMARY

Greece because of the several and important cultural and historical monuments that has and its geographical form is regarded as a prime tourist destination. Apart from the classical form of mass tourism, Greece has developed alternative forms of tourism which offer a more complete tourist product for each person.

These have contributed to the tourism sector enough, so that today tourism is one of the most fundamental pillars supporting the Greek economy. The contribution of tourism is multifaceted as participate in various ways to improve key financial indicators of the Greek economy such as GDP, unemployment, trade balance, etc .. Also important is that in parallel with the purely tourist business there and a host of other businesses interacting with tourism businesses are benefiting.

Crete is one of the most important tourist destinations in Greece. The island and the geographical and morphological anatomy make tuner large number of tourists. Tourists visiting the island make for either the sun and sea, either for its historical monuments and museums or natural attractions. The forms of tourism therefore displayed in Crete are all kinds.

The economic crisis of recent years such as logical affected all sectors of the economy and of course the tourism industry. In recent years, however, it seems that the tourism industry in Greece is recovering rapidly. The data presented on arrivals and overnight stays of domestic and foreign tourists in the hotels show an ever-increasing trend in 2014 is one of the best tourist season in Greece and Crete.

An important part however is the rise which is combined with positive economic performance of tourism enterprises in order to respond and improve the economic conditions of the country. One way to study this element is through the financial analysis of the financial statements of these companies.

The financial analysis is a method where data are being collected from the financial statements of businesses and through their study leads to conclusion. The best and easiest way of analysis and study is through the use of ratios. The available ratios are too many. The applicant must select the appropriate indicator which combines the information he wants and bring the results someone wants to study. Therefore for carrying out a financial analysis there are no fixed indicators used but there is always a choice. Of course there are some financial indicators that are more prevalent than others and are commonly used in most studies.

In this case the financial analysis that has been used, is based on some of the most commonly used financial ratios. The financial analysis showed that the rise of tourism in Greece and Crete in recent years, influences positively the economics of the hotel business as well. Despite the negative effects of the economic crisis and in these particular businesses it seems that the climate is reversed slowly and the trend observed at least in recent years is positive.

Clearly it requires a deeper analysis using a larger sample and possibly more ratios to obtain safer and more objective conclusions. The general feeling, however, gained from this work is that the climate is changing towards a more optimistic atmosphere.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Η πορεία συνεπώς του συγκεκριμένου κλάδου επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό αρκετά οικονομικά μεγέθη της οικονομίας.

Στην συγκεκριμένη εργασία εξετάζεται η πορεία που διαγράφει τα τελευταία χρόνια ο τουρισμός στην Ελλάδα και την Κρήτη καθώς και τα αποτελέσματα που έχει στις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας. Η μελέτη γίνεται μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και την χρήση αριθμοδεικτών. Τα δεδομένα που χρησιμοποιούνται προέρχονται από τις δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις τριάντα ξενοδοχειακών μονάδων της Κρήτης, επιλεγμένων με τυχαίο τρόπο.

Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά τη δομή της εργασίας, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον τουρισμό στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Κρήτη, μια ιστορική αναδρομή για την πορεία του, και αναφέρονται οι βασικότεροι τρόποι με τους οποίους συνεισφέρει στην Ελληνική οικονομία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η τάση που έχει ο τουρισμός στην Ελλάδα και την Κρήτη μέσα από την χρήση στατιστικών στοιχείων σχετικών με τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και δίδονται κάποιες βασικές πληροφορίες σχετικά με τις οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων και την κατηγοριοποίηση των χρηματοοικονομικών δεικτών που χρησιμοποιούνται στην χρηματοοικονομική ανάλυση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο τέλος πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση σε ένα δείγμα ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της κρητης μέσω της χρήσης κάποιων από τους χρηματοοικονομικούς δείκτες.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**

### **1.1 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΣΤΑΔΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Η Ελλάδα είναι μία από τις λίγες χώρες που είναι τόσο γνωστή ως τουριστικός προορισμός σε όλο τον κόσμο. Έπειτα από μια μικρή κάμψη, το 2014 ήταν μια από τις καλύτερες τουριστικές σεζόν για την χώρα, αφού εκατομμύρια κόσμου την επισκέφτηκε σημειώνοντας ρεκόρ αφίξεων σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία. Το στοιχείο αυτό είναι πολύ ενθαρρυντικό για την οικονομική επίδοση της Ελλάδας, ιδιαίτερα σε μια περίοδο όπου οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης των τελευταίων ετών γίνονται όλο και περισσότερο εμφανείς στην κοινωνία.

Η Κρήτη η οποία αποτελεί έναν από τους βασικότερους τουριστικούς προορισμούς στην Ελλάδα δεν θα μπορούσε να μείνει αμέτοχη στην ανάκαμψη αυτή. Μια ανάκαμψη που έφτασε στο αποκορύφωμα της το 2014, μετά από μια σειρά τεσσάρων ετών συνεχούς αύξησης, καθώς το 2014 οι αφίξεις των ξένων επισκεπτών έφτασαν στα υψηλότερα επίπεδα όλων των εποχών. Το στοιχείο αυτό προέρχεται από έρευνα που έγινε στο τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ) σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου, το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης και την Ένωση Ξενοδόχων Χανίων.

Η έννοια του τουρισμού θεωρείται πολύ απλή, ωστόσο ο σαφής ορισμός της έννοιας του τουρισμού είναι σχετικά δύσκολος. Ο τουρισμός ουσιαστικά εναπόκειται σε μια δραστηριότητα που σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας, δέχεται ερεθίσματα, επηρεάζει και επηρεάζεται από οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά αλλά και περιβαλλοντικά στοιχεία. Στην ελληνική αλλά και διεθνή βιβλιογραφία οι ορισμοί που έχουν δοθεί είναι πάρα πολλοί. Στην πλειοψηφία των ορισμών ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως μια ανθρώπινη δραστηριότητα η οποία συμβαίνει ώστε να εκπληρωθούν κάποιες ανάγκες του ανθρώπου σχετικά με την ψυχαγωγία του, την επικοινωνία και την απόκτηση νέων εμπειριών.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization, W.T.O.) έχει δώσει ένα αρκετά ολοκληρωμένο ορισμό για την έννοια του τουρισμού. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό η έννοια του τουρισμού περιλαμβάνει «τις

δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους, για χρονικό διάστημα μικρότερου του ενός συνεχόμενου έτους, για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους ». Η έκφραση «εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους» ουσιαστικά αποκλείει τις τακτικές μετακινήσεις που γίνονται για επαγγελματικούς ή άλλους λόγους και αποτελούν μετακινήσεις ρουτίνας.

Η βάση για την δημιουργία και την ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι άλλη από τον άνθρωπο. Οι τουριστικές επιθυμίες και ανάγκες των ανθρώπων αποτελούν την αφορμή για την ανάπτυξη των διαφόρων τουριστικών προϊόντων αλλά και των τουριστικών αγορών. Η διάθεση των τουριστικών προϊόντων όποιας μορφής και αν είναι ώθησε στην δημιουργία των τουριστικών αγορών. Η τουριστική αγορά μπορεί να έχει διττή ερμηνεία. Η τουριστική αγορά μπορεί να αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ή μπορεί να αναφέρεται σε ένα ορισμένο τουριστικό προϊόν<sup>1</sup>. Οι τουριστικές αγορές ανεξάρτητα σε μια μορφή αναφερόμαστε έχουν ως κοινό στοιχείο την προσφορά και ζήτηση των τουριστικών προϊόντων. Η ζήτηση όπως είναι προφανές προέρχεται από τους τουρίστες. Η προσφορά προσφέρεται από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με σκοπό την εκπλήρωση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών, τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Η δημιουργία φυσικά μιας τουριστικής αγοράς δεν πραγματοποιείται ακαριαία. Απαιτείται ένα χρονικό διάστημα μέχρι να αναπτυχθεί μια τουριστική αγορά και συνήθως ακολουθούνται κάποια βασικά στάδια. Εξετάζοντας τα στάδια αυτά ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού μπορούμε να τα διακρίνουμε σε τρεις βασικές φάσεις ανάπτυξης<sup>2</sup>.

Αρχικά, η περιοχή όπου αργότερα θα μετατραπεί σε ένα ανεπτυγμένο τουριστικό προορισμό, είναι άγνωστη στο κοινό, δεν υπάρχουν τουριστικές επιχειρήσεις, και οι υποδομές είναι υποτυπώδεις όπως και οι επισκέψεις από τουρίστες. Οι πρώτες επενδύσεις που θα πραγματοποιηθούν στην συγκεκριμένη περιοχή αποτελούν την αφορμή για την μεταφορά στο επόμενο στάδιο.

Στο δεύτερο στάδιο, ξεκινάει η προσπάθεια ανάδειξης των πλεονεκτημάτων και των θετικών στοιχείων που έχει η περιοχή ως τουριστικός προορισμός. Οι ντόπιοι κάτοικοι αντιλαμβάνονται την αλλαγή αυτή ξεκινώντας να ασχολούνται πολύ περισσότερο με τον τουρισμό, ενώ αναπτύσσονται παράλληλα υποδομές και τουριστικά προϊόντα με κατεύθυνση την ικανοποίηση των επισκεπτών. Αυτό έχει

---

<sup>1</sup> Παττάς Σάββας, Πανεπιστήμιο Πειραιά, σελ. 2

<sup>2</sup> Κοκκώσης Χαράλαμπος. Τσάρτας Πάρις, (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδ. Κριτική, Αθήνα.

ως συνέπεια την αυξημένη και πιο οργανωμένη άφιξη τουριστών και την κατάταξη της περιοχής σε τουριστικό προορισμό.

Η ανάδειξη της περιοχής σε τουριστικό προορισμό οδηγεί στην τρίτη φάση τουριστικής ανάπτυξης. Στην φάση αυτή αναπτύσσονται εκτεταμένες τουριστικές υποδομές, η ευρύτερη περιοχή αστικοποιείται και λειτουργεί πλέον ως καθαρά τουριστική βιομηχανία. Αυτή είναι και η τελική μορφή που λαμβάνει ο τουριστικός προορισμός.

## 1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η Ελλάδα από πολύ παλιά αποτελούσε μια πολύ ενδιαφέρουσα χώρα για να την επισκεφτεί κάποιος, ωστόσο αν θέλουμε να μιλήσουμε για καθαρά τουριστική ανάπτυξη τότε αυτή τοποθετείται στις αρχές της δεκαετίας του 1950. Την περίοδο εκείνη ξεκίνησε η αύξηση των τουριστικών εισροών και η χώρα γίνεται γνωστή σε επίπεδο Ευρώπης ως τουριστικός προορισμός. Ένα στοιχείο που βοήθησε την άνοδο αυτή ήταν και η υποτίμηση της δραχμής το 1953, γεγονός το οποίο μετέτρεψε την Ελλάδα σε ένα πολύ φθηνό τουριστικό προορισμό.

Την ίδια περίοδο ξεκίνησε να αναπτύσσεται και ο τουρισμός στην Κρήτη. Οι τουρίστες που επισκέπτονταν τότε το νησί το έκαναν κυρίως τους θερινούς μήνες με σκοπό να εκμεταλλευτούν τον ήλιο, την θάλασσα, την ηρεμία και την ξεκούραση. Οι περισσότεροι τουρίστες τότε προέρχονταν από τις χώρες της Βόρειας Ευρώπης. Ταυτόχρονα βέβαια η Κρήτη αποτελούσε πόλο έλξης και για τους αρχαιολογικούς της χώρους (Κνωσός, Φαιστός, κ.ά.), αλλά και για τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά και την εύκολη πρόσβαση από τη θάλασσα.<sup>3</sup>

Παράλληλα το Ελληνικό κράτος προσπαθώντας να εκμεταλλευτεί την κατάσταση αυτή και να την προωθήσει προχωρά στην ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) και αρχίζουν να πραγματοποιούνται οι πρώτες μεγάλες επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές. Παράλληλα υπάρχουν και διάφορες οικονομικές ενισχύσεις από το κράτος προς τις τουριστικές επιχειρήσεις που προσπαθούν να αναπτυχθούν. Όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα την συνεχή αύξηση των τουριστών που επισκέπτονταν την χώρα τουλάχιστον μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1960.

Σταδιακά από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 αρχίζει να αναπτύσσεται και ο εσωτερικός τουρισμός. Οι επενδύσεις που είχαν πραγματοποιηθεί αρχίζουν να αποδίδουν αποτελέσματα με συνέπεια την βελτίωση των τουριστικών υποδομών και την καλύτερη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων της χώρας. Έτσι ο τουρισμός καθίσταται ένας πολύ σημαντικός κλάδος για την οικονομία της χώρας, επηρεάζοντας διάφορα δημοσιονομικά μεγέθη όπως είναι η απασχόληση, η οικονομική ανάπτυξη, κλπ.

Τις δεκαετίες του 1970 και του 1980 η Ελλάδα έχει εδραιωθεί ως διεθνής τουριστικός προορισμός. Οι τουριστικές υποδομές που διαθέτει μπορούν και

---

<sup>3</sup> Νικάκη Μαρία, Οικονόμου Ανδρέας, (2011) «Η Πορεία του τουρισμού στην Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον», πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης, σελ. 7

προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν το οποίο ανταποκρίνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των τουριστών.

Σήμερα στην Ελλάδα λειτουργούν πάνω από 10.019 ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικά καταλύματα. Στην Κρήτη ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών καταλυμάτων που λειτουργούν ξεπερνά τα 1500 σύμφωνα με στοιχεία που παρουσιάζει το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος. Αυτό είναι αποτέλεσμα βέβαια και του γεγονότος ότι η Ελλάδα αποτελείται από πάρα πολλά νησιά τα οποία σε αριθμό ξεπερνούν τα 6.000. Επιπροσθέτως, το γεωγραφικό ανάγλυφο της χώρας, οι κλιματολογικές και περιβαλλοντολογικές συνθήκες επιτρέπουν την ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού και όχι μόνο του παραθεριστικού. Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται από την δεκαετία του 1960 και του 1970, ωστόσο ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία η ανάπτυξη τους είναι ραγδαία<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Πακαλιά Ιωάννα, (2012), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», πτυχ. εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης, σελ. 9-10

### 1.3 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουριστικός κλάδος δείχνει σήμερα να είναι ο κλάδος της οικονομίας που ξεπερνά την οικονομική κρίση παρουσιάζοντας αυξητικούς ρυθμούς τα τελευταία δύο – τρία χρόνια. Για την ελληνική οικονομία αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της. Η Κρήτη συγκαταλέγεται στους μεγαλύτερους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας καθώς διαθέτει την μεγαλύτερη νησιώτικη ακτογραμμή αλλά και πάρα πολλά αρχαιολογικά, ιστορικά και θρησκευτικά μνημεία. Η Κνωσός αποτελεί το δεύτερο με βάση τον αριθμό των επισκεπτών μνημείο μετά τον αρχαιολογικό χώρο την Ακρόπολη. Επίσης υπάρχει ένα πολύ υψηλό ποσοστό τουριστών οι οποίοι επιλέγουν να επισκεφτούν ξανά την Κρήτη με το ποσοστό να αγγίζει το 41% για αυτούς που κάποια στιγμή στο παρελθόν έχουν επισκεφτεί ξανά το νησί και το 21% για αυτούς που το επισκέφτηκαν τον προηγούμενο χρόνο.

Η Ελλάδα ως χώρα διαθέτει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι πολλών άλλων χωρών της Ευρώπης αλλά και του κόσμου με αποτέλεσμα να διαθέτει ένα πολύ καλό «εξαγωγίμο προϊόν». Το στοιχείο αυτό είναι που προδιαθέτει θετικά ως προς τις προοπτικές του συγκεκριμένου κλάδου καθώς και το ρόλο που καλείται να αναλάβει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας στο άμεσο μέλλον<sup>5</sup>.

Η συνεισφορά του τουρισμού είναι πολλαπλή σε διάφορους τομείς της οικονομίας. Αρχικά ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στο επίπεδο του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Η αποτίμηση των τουριστικών υπηρεσιών μεταφράζεται σε αρκετά εκατομμύρια ευρώ τα οποία επαυξάνουν άμεσα το ύψος του ΑΕΠ. Ο κλάδος του τουρισμού ωστόσο επηρεάζει και έμμεσα τόσο το ύψος του ΑΕΠ όσο και την ανάπτυξη άλλων παραγωγικών κλάδων. Στις περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί προορισμοί εκτός από τις επιχειρήσεις υποδοχής τουριστών αναπτύσσονται και πλήθος άλλων επιχειρήσεων. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι:

- κλάδος διατροφής: εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες, κλπ.
- κλάδος ψυχαγωγίας: νυκτερινά κέντρα, μπαρ, θέατρα, κλπ.
- κλάδος μεταφορών: ταξί, ΚΤΕΛ, κλπ.
- κλάδος λιανικού εμπορίου: αναμνηστικά, παραδοσιακά, κλπ.

---

<sup>5</sup> Νικάκη Μαρία, Οικονόμου Ανδρέας, (2011), «Η πορεία του τουρισμού στην Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον», πτυχ. εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης.

Ένας δεύτερος τρόπος με τον οποίο ο κλάδος του τουρισμού επηρεάζει έμμεσα την αύξηση του ΑΕΠ είναι μέσω της κατανάλωσης διαφόρων προϊόντων και υπηρεσιών από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι τουριστικές επιχειρήσεις απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις για την προμήθεια προϊόντων και υπηρεσιών για την εκπλήρωση των απαιτήσεων των τουριστών. Με τον τρόπο αυτό μέσω του τουρισμού υπάρχει αύξηση της παραγωγής και των πωλήσεων και λοιπών επιχειρήσεων άσχετων με τον τουρισμό. Έτσι μέσω του τουρισμού αυξάνεται έμμεσα το ΑΕΠ.

Όπως ειπώθηκε και παραπάνω ο τουρισμός επειδή κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του αναφέρεται σε τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό στην Ελλάδα, συχνά αναφέρεται ως «εξαγωγίμο προϊόν». Με τον τρόπο αυτό ο τουρισμός βοηθά καθοριστικά στην βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας. Το εμπορικό ισοζύγιο, η διαφορά δηλαδή μεταξύ εισαγωγών και εξαγωγών συναλλάγματος ή κεφαλαίων γενικά είναι ένα πολύ βασικό στοιχείο για την οικονομία μιας χώρας. Ο τουρισμός αποτελεί βασικό παράγοντα εισαγωγής χρηματικών κεφαλαίων και συναλλάγματος στην χώρα.

Ένα ακόμα μέγεθος που επηρεάζει ο κλάδος του τουρισμού και αποτελεί βασικό μέγεθος για κάθε οικονομία είναι αυτό της ανεργίας. Οι τουριστικές επιχειρήσεις απασχολούν ένα αρκετά σημαντικό μέρος του ανθρώπινου δυναμικού. Παράλληλα μέσω του τουρισμού αυξάνεται η απασχόληση και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις που αυξάνουν τις πωλήσεις τους μέσω του τουρισμού. Έτσι ο κλάδος του τουρισμού βοηθάει στην αύξηση της απασχόλησης και την μείωση της ανεργίας.

Τέλος, ένα ακόμα στοιχείο που διαθέτει ο κλάδος του τουρισμού και είναι πολύ σημαντικό για την οικονομία της χώρας είναι η κατανομή του. Η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων δεν πραγματοποιείται μόνο στα μεγάλα αστικά κέντρα αλλά σε πολύ μεγάλο βαθμό πραγματοποιείται στην περιφέρεια. Με τον τρόπο αυτό δίδεται η δυνατότητα ανάπτυξης πολλών περιοχών οι οποίες υπό άλλες συνθήκες δεν θα αναπτύσσονταν.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην μέχρι τώρα παρουσίαση αναφέρθηκε ο τουρισμός ως βασικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας και η συνεισφορά αυτού σε διάφορα δημοσιονομικά μεγέθη. Επίσης όπως ειπώθηκε από την δεκαετία του 1950 όπου και ξεκίνησε η τουριστική ανάπτυξη, ο τουρισμός φαίνεται να έχει διαρκώς αυξητική τάση. Στην συνέχεια του παρόντος κεφαλαίου θα παρουσιαστούν κάποια στατιστικά στοιχεία τα οποία θα βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση της πορείας του Ελληνικού τουρισμού και ειδικότερα του κρητικού και στον τρόπο με τον οποίο αυτό αποτυπώνεται στις τουριστικές επιχειρήσεις και συγκεκριμένα τις ξενοδοχειακές μονάδες.

### 2.1 ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η πορεία της τουριστικής κίνησης μπορεί να προσδιοριστεί χρησιμοποιώντας διάφορους τρόπους και δείκτες. Ένας από τους δείκτες αυτούς είναι και ο αριθμός των αφίξεων τουριστών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αριθμός των αφίξεων ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας από το έτος 2005 έως και το έτος 2014. Παράλληλα στην τρίτη στήλη εμφανίζεται ο συνολικός αριθμός των αφίξεων κατά τα ίδια έτη.

Στη διαδικασία αυτή μας βοήθησε το EUROSTAT

Τα βήματα τα οποία ακλουθήσαμε ήταν τα εξής

- **Data**
- **Database by themes**
- **Industry , trade and services**
- **Tourism (tour)**
- **Annual data on tourism industries (tour\_inda)** =ετήσια στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία
- **Occupancy of tourist accommodation establishments (tour\_occ)** =πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων



- **Arrivals of residents and non-residents (tour\_ occ \_a)** =αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών)
- **Arrivals at tourist accommodation establishments (tour \_occ arnat)** μόλις μπορούμε σε αυτόν τον παράθυρο πατάμε το (+) και αρχίζουμε να διαλέγουμε
- GEO-Greece<sup>6</sup>
- INDIC TO- B001 arrivals of residents
- NACE R2- 1551 hotels and similar accommodation
- TIME-από το 2005 έως 2014
- UNIT-δεν αλλάζω τίποτα

Αυτά έγιναν για τη στήλη του **εγχώριου τουρισμού** στο **ΠΙΝΑΚΑ 1**,για τη στήλη του **εξωτερικού τουρισμού** αλλάζουμε μόνο το INDIC TO-arrivals of non-residents και τέλος για τη στήλη **συνολικά** παραμένουν όλα ίδια εκτός το INDIC TO –arrivals,total

**Πίνακας 1: Αφίξεις τουριστών σε ξεν/κές μονάδες στην Ελλάδα**

<b>ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>			
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>
<b>2005</b>	5.932.911	7.142.860	13.075.771
<b>2006</b>	6.127.573	7.547.667	13.675.240
<b>2007</b>	6.949.608	8.745.901	15.695.509
<b>2008</b>	6.967.623	8.657.775	15.625.398
<b>2009</b>	7.352.183	8.542.307	15.894.490
<b>2010</b>	6.876.371	8.964.224	15.840.595
<b>2011</b>	6.312.960	10.041.765	16.354.725
<b>2012</b>	5.257.258	9.243.951	14.501.209
<b>2013</b>	5.525.524	10.490.963	16.016.487
<b>2014</b>	5.536.719	11.882.134	17.418.853

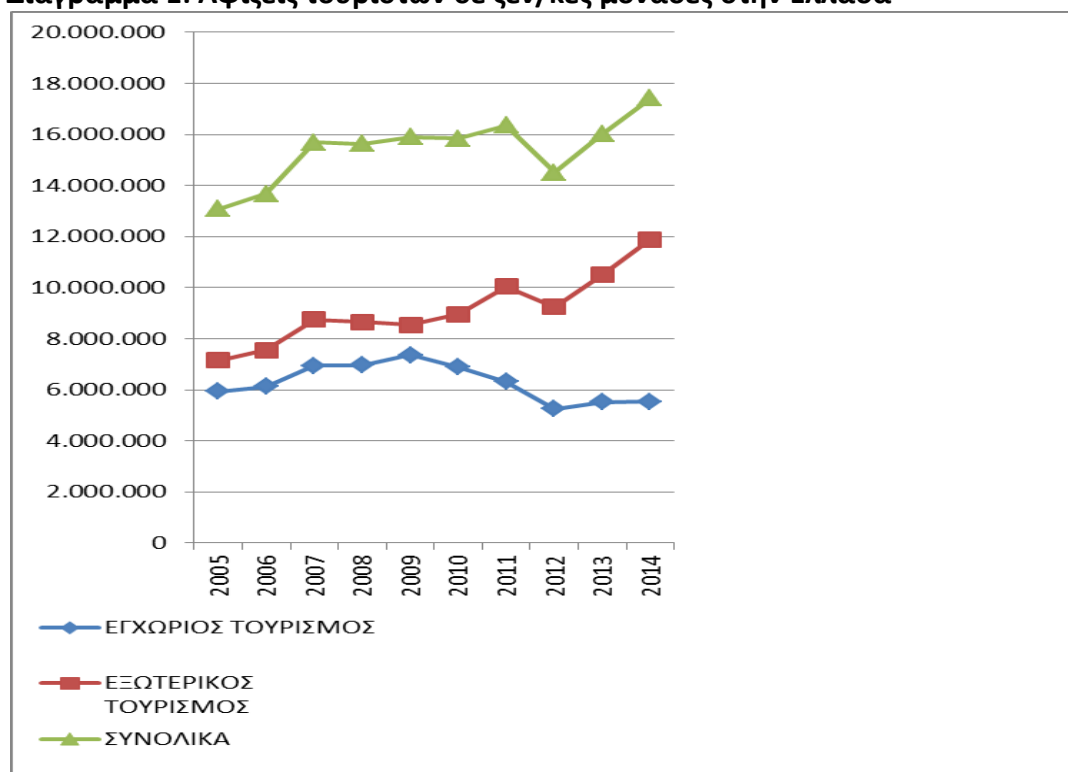
**Πηγή: EUROSTAT**

Παρατηρώντας και το διάγραμμα παρακάτω, στο οποίο μεταφέρονται τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, μπορούν να επισημανθούν κάποια βασικά σημεία. Αρχικά λαμβάνοντας υπόψη το συνολικό αριθμό αφίξεων παρατηρείται ότι πλην του έτους 2012 όπου υπάρχει πτώση, τα υπόλοιπα έτη υπάρχει μια αυξητική κατεύθυνση. Το 2007 παρατηρείται μια απότομη αύξηση, μετά μια σχετική

<sup>6</sup> Για τον συγκεκριμένο «Πίνακα1-Αφίξεις τουριστών σε ξεν/κές μονάδες στην Ελλάδα» το site Eurostat δεν είχε ως επιλογή τη Κρήτη, όμως είναι αρκετά σημαντικές οι αφίξεις έτσι διαλέξαμε την Ελλάδα

ισοροπία μέχρι το 2012 όπου υπάρχει μια απότομη πτώση. Έπειτα όμως, το 2013 και το 2014 υπάρχει μεγάλη άνοδος, φτάνοντας το 2014 να είναι η καλύτερη χρονιά με 17,5 εκατομμύρια αφίξεις περίπου.

**Διάγραμμα 1: Αφίξεις τουριστών σε ξεν/κές μονάδες στην Ελλάδα**



Παρατηρώντας τα στοιχεία που δίδονται για τον εγχώριο και τον εξωτερικό τουρισμό, η πορεία δεν είναι αντίστοιχη. Οι αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό παρουσιάζουν συνολικά πολύ μεγάλη αύξηση καθώς ο αριθμός αυξάνεται από τα 7,1 εκατ. περίπου το 2005 σε σχεδόν 11,9 εκατ. το 2014. Υπάρχει μια αύξηση δηλαδή της τάξεως του 67,5% περίπου. Αντίθετα όσον αφορά τον εγχώριο τουρισμό η πορεία δεν είναι η ίδια. Η αυξητική πορεία μετατρέπεται σε αρνητική το 2009 και για τρία χρόνια μέχρι το 2012. Τα τελευταία δύο χρόνια υπάρχει μια σταθεροποίηση με ανοδική προοπτική, ωστόσο ο αριθμός των εγχώριων αφίξεων βρίσκεται πολύ χαμηλότερα από την μεγαλύτερη τιμή του που ήταν το 2009.

Απομονώνοντας το 2009 ωστόσο το οποίο ήταν το έτος όπου ξέσπασε η οικονομική κρίση και υπήρχε πολύ μεγάλη αναστάτωση και αβεβαιότητα σχετικά με την πορεία της Ελλάδας, ο τουρισμός παρουσιάζει θετική πορεία και φαίνεται να υπάρχει και μια ανοδική τάση.

## 2.2 ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ανά ήπειρο)

Στην προηγούμενη παράγραφο αναφερθήκαμε στις αφίξεις εγχώριων και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας γενικά. Στην παρούσα παράγραφο παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία σχετικά με τις αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών χωρισμένους όμως ανά ήπειρο προέλευσης.

Στον πίνακα 2 παρουσιάζεται ο αριθμός των τουριστών που έφτασαν στα Ελληνικά ξενοδοχεία κατά τα έτη 2007 έως και 2014, χωρισμένοι ωστόσο ανάλογα με την ήπειρο προέλευσης σε αυτούς που προέρχονται από την Ευρώπη, την Ασία, την Αμερική και την Αφρική. Στην τελευταία στήλη παρουσιάζεται ξανά ο συνολικός αριθμός αφίξεων. Στην στήλη της Ευρώπης υπολογίζονται και οι αφίξεις ημεδαπών τουριστών ενώ όπως είναι φυσικό ο συνολικός αριθμός αφίξεων ανά έτος δεν συμφωνεί με το άθροισμα των επιμέρους στοιχείων που παρουσιάζονται στον πίνακα ανά έτος καθώς δεν συμπεριλαμβάνονται οι ήπειροι της Ανταρκτικής και της Ωκεανίας.

Στη διαδικασία αυτή μας βοήθησε το EUROSTAT

Τα βήματα τα όποια ακλουθήσαμε ήταν τα εξής

- **Data**
- **Database by themes**
- **Industry , trade and services**
- **Tourism (tour)**
- **Annual data on tourism industries (tour\_inda)** =ετήσια στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία
- **Occupancy of tourist accommodation establishments (tour\_occ)** =πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων
- **Arrivals of residents and non-residents (tour\_ occ \_a)** =αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών)
- **Arrivals at tourist accommodation establishments by country/world region of residence of the tourist (tour\_ occ\_ arnraw)** μόλις μπούμε στο παράθυρο αυτό πατάμε το (+) και διαλέγουμε:

- GEO-Greece<sup>7</sup>
- NACE R2-1551 hotels and similar accommodation
- PARTNER-Europe
- TIME- 2007 έως 2014
- UNIT- δεν αλλάζουμε τίποτα

Αυτά έγιναν για την πρώτη στήλη {ΕΥΡΩΠΗ} του ΠΙΝΑΚΑ 2, για την στήλη {ΑΣΙΑ} αλλάζουμε το PARTNER-ASIA , για την {ΑΜΕΡΙΚΗ} αλλάζουμε επίσης το PARTNER-AMERICA, για την {ΑΦΡΙΚΗ} αλλάζουμε το PARTNER-AFRICA .Τέλος για το ΣΥΝΟΛΟ προσθέτουμε κάθε χρόνο ΕΥΡΩΠΗ+ΑΣΙΑ+ΑΜΕΡΙΚΗ+ΑΦΡΙΚΗ.

**Πίνακας 2: Αφίξεις ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών σε ξεν/κές μονάδες ανά ήπειρο**

<b>ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>					
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΥΡΩΠΗ</b>	<b>ΑΣΙΑ</b>	<b>ΑΜΕΡΙΚΗ</b>	<b>ΑΦΡΙΚΗ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>
<b>2007</b>	14.199.742	382.612	936.530	38.267	15.695.509
<b>2008</b>	14.244.940	362.481	835.832	38.640	15.625.398
<b>2009</b>	14.571.243	374.031	784.527	37.283	15.894.490
<b>2010</b>	14.352.915	463.848	811.559	45.813	15.840.595
<b>2011</b>	14.722.561	543.016	847.173	55.596	16.354.725
<b>2012</b>	13.104.905	499.548	639.022	90.691	14.501.209
<b>2013</b>	14.386.557	640.550	728.899	66.229	16.016.487
<b>2014</b>	15.365.524	869.094	893.595	63.911	17.418.853

Πηγή: EUROSTAT

Παρατηρώντας τα στοιχεία του πίνακα βλέπουμε ότι στις αφίξεις από Ευρώπη, Ασία και Αμερική, υπάρχει μια ανοδική τάση η οποία διακόπτεται το έτος 2012 αλλά επανέρχεται έπειτα. Αντίθετα στις αφίξεις από την Αφρική το 2012 είναι η καλύτερη χρονιά με πάρα πολλές αφίξεις αναλογικά με τα προηγούμενα χρόνια ενώ το 2013 κι το 2014 μειώνεται ο αριθμός. Ωστόσο και σε αυτήν την περίπτωση εάν συγκρίνουμε το 2007 με το 2014, ο αριθμός των αφίξεων είναι και εδώ μεγαλύτερος.

Στον πίνακα 3 παρακάτω παρουσιάζονται τα ίδια στοιχεία αλλά ως ποσοστά προς τον συνολικό αριθμό αφίξεων. Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να δούμε την

<sup>7</sup>Για τον συγκεκριμένο «Πίνακα 2-Αφίξεις ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών σε ξεν/κές μονάδες ανά ήπειρο » το site Eurostat δεν είχε ως επιλογή τη Κρήτη, όμως είναι αρκετά σημαντικές οι αφίξεις έτσι διαλέξαμε την Ελλάδα

συμμετοχή που έχουν οι αφίξεις από τις τέσσερις αυτές ηπείρους στο σύνολο των αφίξεων. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται και με την μορφή διαγράμματος αμέσως μετά.

Οι αφίξεις από την Ευρώπη σαφώς και καταλαμβάνουν την πρώτη θέση με διαφορά, τη δεύτερη θέση καταλαμβάνουν οι αφίξεις από την Αμερική, έπειτα από την Ασία και τέλος από την Αφρική. Το στοιχείο ωστόσο που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι ότι ως ποσοστό η συμμετοχή της Ευρώπης μειώνεται τα δύο τελευταία χρόνια σε σχέση με αυτές της Αμερικής και της Ασίας. Το στοιχείο αυτό επισημαίνει το γεγονός ότι η αύξηση στον αριθμό των τουριστών που καταφτάνουν στην Ελλάδα από την Αμερική και την Ασία είναι αναλογικά μεγαλύτερη από την αύξηση των Ευρωπαίων με αποτέλεσμα να καταλαμβάνουν και λίγο μεγαλύτερο κομμάτι στην πίτα του συνολικού ποσοστού τουριστικών αφίξεων.

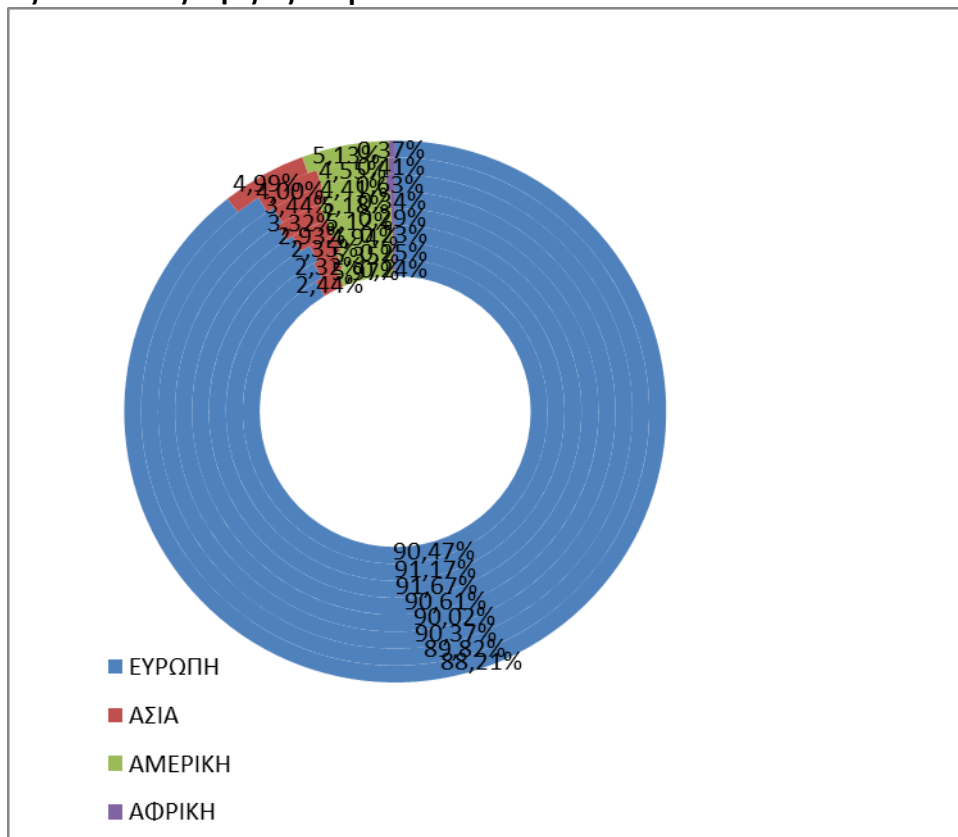
Το πίνακα αυτόν τον βρίσκουμε με τη βοήθεια του προηγούμενου πίνακα (Πίνακας 2:Αφίξεις ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών σε ξεν/κες μονάδες ανά ήπειρο). Έτσι για την **ΕΥΡΩΠΗ (2007)** είναι ο λόγος των αφίξεων της *ΕΥΡΩΠΗΣ 2007* προς το *ΣΥΝΟΛΟ(2007)* επί τις εκατό. Το ίδιο ισχύει και για τις υπόλοιπες ηπείρους του ίδιου έτους στο τέλος προσθέτουμε τα ποσοστά κάθε ηπείρου για το **ΑΘΡΟΙΣΜΑ**, αλλά και για τα υπόλοιπα έτη.

**Πίνακας 3: Ποσοστό αφίξεων ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών σε σχέση με τις συνολικές αφίξεις τουριστών**

<b>ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>					
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΥΡΩΠΗ</b>	<b>ΑΣΙΑ</b>	<b>ΑΜΕΡΙΚΗ</b>	<b>ΑΦΡΙΚΗ</b>	<b>ΑΘΡΟΙΣΜΑ</b>
<b>2007</b>	90,47%	2,44%	5,97%	0,24%	99,12%
<b>2008</b>	91,17%	2,32%	5,35%	0,25%	99,08%
<b>2009</b>	91,67%	2,35%	4,94%	0,23%	99,20%
<b>2010</b>	90,61%	2,93%	5,12%	0,29%	98,95%
<b>2011</b>	90,02%	3,32%	5,18%	0,34%	98,86%
<b>2012</b>	90,37%	3,44%	4,41%	0,63%	98,85%
<b>2013</b>	89,82%	4,00%	4,55%	0,41%	98,79%
<b>2014</b>	88,21%	4,99%	5,13%	0,37%	98,70%

Πηγή: EUROSTAT

**Διάγραμμα 2: Ποσοστό αφίξεων ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών σε σχέση με τις συνολικές αφίξεις τουριστών**



Στο παραπάνω διάγραμμα ο εσωτερικός δακτύλιος αναφέρεται στο έτος 2007 και κινούμενη προς τα έξω παρουσιάζονται όλα τα έτη μέχρι το 2014.

### 2.3 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Στην προηγούμενη παράγραφο παρουσιάστηκε η ροή των τουριστικών αφίξεων στα Ελληνικά ξενοδοχεία την τελευταία δεκαετία. Το αποτέλεσμα που προέκυψε από τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν είναι ότι οι ροές τουριστών είναι αυξητικές και οι αυξητικές αυτές ροές προέρχονται τόσο από ημεδαπούς όσο και από αλλοδαπούς τουρίστες από όλο τον κόσμο.

Ένας δεύτερος δείκτης που μπορεί να χρησιμοποιηθεί και να μας δώσει ένα πληρέστερο αποτέλεσμα είναι αυτός του αριθμού των διανυκτερεύσεων των τουριστών στα κρητικά ξενοδοχεία. Η αύξηση του αριθμού αφίξεων σαφώς και δίδει ένα πολύ σημαντικό αποτέλεσμα, ωστόσο αν αυτό συνοδεύεται από μείωση του χρονικού διαστήματος διαμονής των τουριστών τότε μπορεί τελικά να μην υπάρχει μεγάλο όφελος για τον τουριστικό κλάδο και το αντίθετο.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα στοιχεία από τις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών και των αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για την περίοδο από το 2005 έως και το 2014 καθώς και ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων για την ίδια περίοδο. Τα ίδια στοιχεία αυτά μεταφέρονται και στο διάγραμμα που ακολουθεί για ευκολότερη αντίληψη των δεδομένων.

Στη διαδικασία αυτή μας βοήθησε το EUROSTAT

Τα βήματα τα όποια ακλουθήσαμε ήταν τα εξής

- **Data**
- **Database by themes**
- **Industry , trade and services**
- **Tourism (tour)**
- **Annual data on tourism industries (tour\_inda)** =ετήσια στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία
- **Occupancy of tourist accommodation establishments (tour\_occ)** =πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων
- **Nights spent by residents and non-residents (tour \_occ \_in)**
- **Nights spent at tourist accommodation establishments by NUTS 2 regions(tour\_occ\_nin2)** όταν ανοίξει αυτό το παράθυρο πατάμε το (+) και αρχίζουμε

- GEO-EL43 Kriti
- INDIC TO-B004 Total nights spent by residents
- NACE R2-1551 Hotels and similar accommodation
- TIME-2005 έως 2014
- UNIT- Δεν αλλάζω τίποτα

Αυτά ισχύουν για τον **εγχώριο τουρισμό**, για τον **εξωτερικό τουρισμό** αλλάζουμε το INDIC TO-B005 Total nights spent by non-residents και για τα **ΣΥΝΟΛΙΚΑ** αλλάζουμε πάλι το INDIC TO-B006 Nights spent,total

**Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις τουριστών στις ξεν/κές μονάδες της Κρήτη**

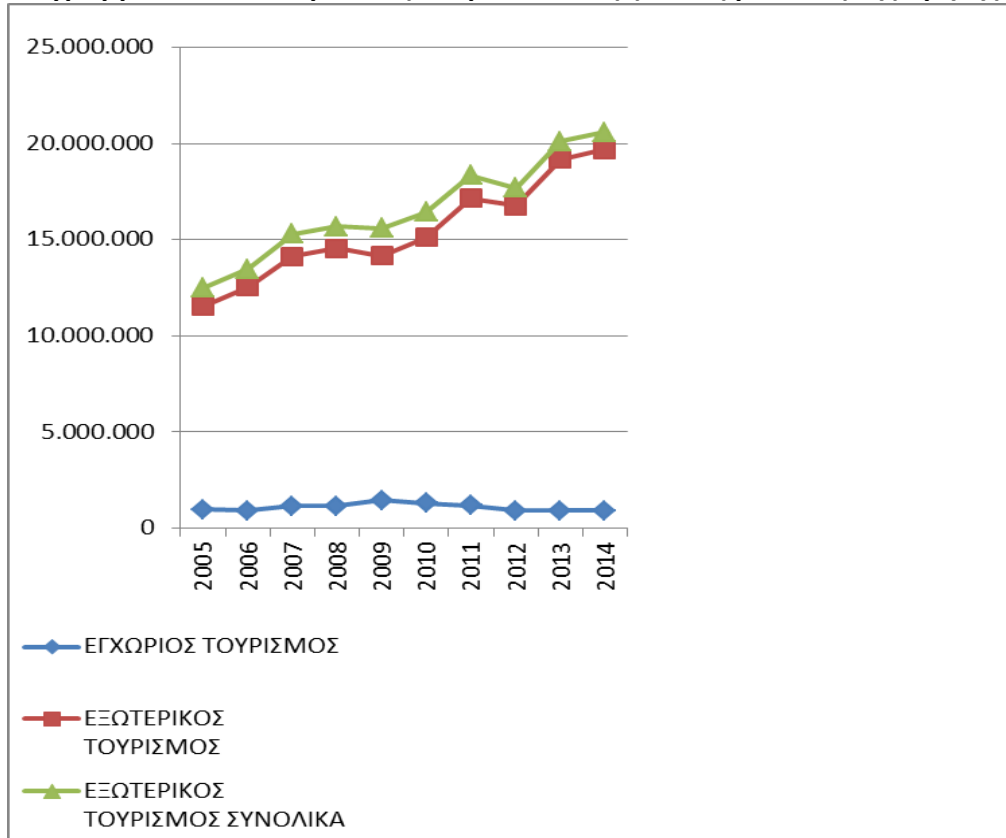
<b>ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ</b>			
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>
<b>2005</b>	960.879	11.529.448	12.490.327
<b>2006</b>	906.788	12.552.750	13.459.538
<b>2007</b>	1.158.524	14.144.708	15.303.232
<b>2008</b>	1.146.719	14.554.220	15.700.939
<b>2009</b>	1.444.959	14.149.322	15.594.281
<b>2010</b>	1.313.053	15.107.406	16.420.477
<b>2011</b>	1.194.615	17.147.406	18.342.021
<b>2012</b>	917.714	16.765.297	17.683.011
<b>2013</b>	924.624	19.176.158	20.100.782
<b>2014</b>	906.299	19.686.915	20.593.214

**Πηγή: EUROSTAT**

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία οι διανυκτερεύσεις στο σύνολο τους έχουν διακυμάνσεις από χρονιά σε χρονιά. Είχαν μια ανοδική πορεία έως το 2011, υπήρξε μια μείωση το 2012 ενώ το 2013 και 2014 υπήρξε ξανά αύξηση. Όσον αφορά τον εγχώριο τουρισμό, ο μεγαλύτερος αριθμός διανυκτερεύσεων έλαβε μέρος το 2009 ενώ για τον εξωτερικό τουρισμό η καλύτερη χρονιά ήταν το 2014. Παρατηρώντας και το διάγραμμα παρακάτω, υπάρχει αρκετά σημαντική ομοιότητα με το αντίστοιχο διάγραμμα για τις αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας.



**Διάγραμμα 3: Διανυκτερεύσεις τουριστών στις ξεν/κές μονάδες της Κρήτης**



Η αύξηση των αφίξεων όπως και η αύξηση των διανυκτερεύσεων σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται παραπάνω δίνει την αίσθηση ότι η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια και στην Κρήτη ειδικότερα έχει μια ανοδική πορεία και ειδικά το 2014 ήταν η καλύτερη χρονιά για τον τουριστικό κλάδο.

Ένα στοιχείο το οποίο πρέπει να εξεταστεί ώστε ο παραπάνω ισχυρισμός να επιβεβαιωθεί ή όχι είναι εάν η αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων προέρχεται μόνο από την αύξηση των αφίξεων ή αν γενικά οι τουρίστες επιλέγουν να παραμείνουν παραπάνω.

Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζεται το ηλικίο των διανυκτερεύσεων προς τις αφίξεις για τον εγχώριο, των εξωτερικό και τον συνολικό τουρισμό. Τα δεδομένα του πίνακα μεταφέρονται και στο διάγραμμα που ακολουθεί παρακάτω

Για την δημιουργία του συγκεκριμένου πίνακα επειδή δεν υπάρχουν στοιχεία για τις αφίξεις στις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης θα μεταφερθούμε σε εθνικό επίπεδο. Όπως προέκυψε ο πίνακας 4 με τις διανυκτερεύσεις των τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης μπορούμε να δημιουργήσουμε έναν ίδιο πίνακα με τις διανυκτερεύσεις των τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας. Στην συνέχεια παίρνοντας τα στοιχεία του συγκεκριμένου πίνακα και διαιρώντας τα

με τα αντίστοιχα στοιχεία του πίνακα 1 προκύπτει ο πίνακας 6 τον οποίο και εξετάζουμε.

Στη διαδικασία αυτή μας βοήθησε το EUROSTAT

Τα βήματα τα όποια ακλουθήσαμε ήταν τα εξής

- **Data**
- **Database by themes**
- **Industry , trade and services**
- **Tourism (tour)**
- **Annual data on tourism industries (tour\_inda)** =ετήσια στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία
- **Occupancy of tourist accommodation establishments (tour\_occ)** =πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων
- **Nights spent by residents and non-residents (tour \_occ \_in)**
- **Nights spent at tourist accommodation establishments (tour\_occ\_ninat)** μπαίνοντας σε αυτό το παράθυρο πατάμε το (+) και αρχίζουμε να διαλέγουμε
  - GEO-Greece
  - INDIC TO-B004 total nights spent by residents
  - NACE R2-1551 hotels and similar accommodation
  - TIME- από το 2005 έως 2014
  - UNIT- δεν αλλάζουμε τίποτα

Με αυτά τα στοιχεία δημιουργούμε την πρώτη στήλη του **εγχώριου τουρισμού** , για τον **εξωτερικό τουρισμό** αλλάζουμε το INDIC TO-total nights spent by non-residents και τέλος στο **Συνολικά** INDIC TO-nights spent,total

**Πίνακας 5: Διανυκτερεύσεις τουριστών στις ξεν/κές μονάδες της Ελλάδας**

<b>ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>			
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>
2005	13.942.458	40.074.798	54.017.256
2006	14.248.961	42.458.767	56.707.728
2007	16.675.264	47.410.260	64.085.524
2008	16.840.111	47.233.616	64.073.727
2009	18.366.858	45.925.585	64.292.443
2010	16.815.461	48.243.634	65.059.095
2011	15.370.017	53.768.033	69.138.050
2012	12.441.339	50.445.671	62.887.010
2013	13.027.293	57.061.724	70.089.017
2014	13.049.668	60.901.973	73.951.641

Πηγή: EUROSTAT

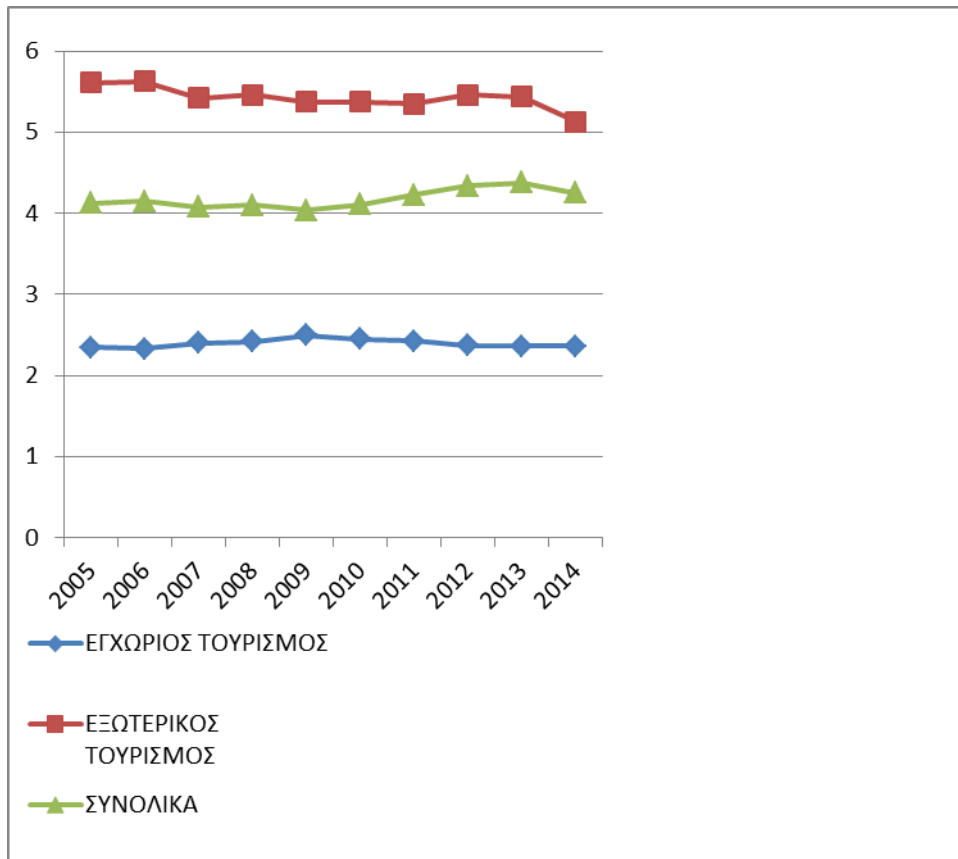
Στην περίπτωση αυτή τα δεδομένα του πίνακα δεν δίνουν ένα ξεκάθαρο αποτέλεσμα. Τόσο για τον εγχώριο όσο και για τον εξωτερικό τουρισμό δεν υπάρχει μια σταθερή πορεία. Υπάρχουν αρκετές εναλλαγές από χρονιά σε χρονιά με την διακύμανση ωστόσο να είναι πολύ μικρή και ουσιαστικά να μην υπάρχει σημαντική αλλαγή. Με βάση το στοιχείο αυτό προκύπτει το συμπέρασμα ότι αφού ο αριθμός των αφίξεων αυξήθηκε και παράλληλα ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων δεν μεταβλήθηκε το αποτέλεσμα στον τουριστικό κλάδο είναι άκρως θετικό.

**Πίνακας 6: Διανυκτερεύσεις / αφίξεις ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών**

<b>ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ / ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>			
<b>ΕΤΗ</b>	<b>ΕΓΧΩΡΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>
2005	2,35	5,61	4,13
2006	2,33	5,63	4,15
2007	2,40	5,42	4,08
2008	2,42	5,46	4,10
2009	2,50	5,38	4,04
2010	2,45	5,38	4,11
2011	2,43	5,35	4,23
2012	2,37	5,46	4,34
2013	2,36	5,44	4,38
2014	2,36	5,13	4,25

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

**Διάγραμμα 4: Διανυκτερεύσεις / αφίξεις ημεδαπών & αλλοδαπών τουριστών**



## 2.4 ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ & ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (ανά μέγεθος ξεν/κής μονάδας)

Στην προηγούμενη παράγραφο παρουσιάστηκαν στοιχεία σχετικά με την διανυκτερεύσεις των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στις ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης αλλά και της Ελλάδας κατά την περίοδο 2005 έως και 2014. Στην παρούσα παράγραφο θα παρουσιαστούν στοιχεία σχετικά με τις διανυκτερεύσεις των τουριστών αλλά θα γίνει διαχωρισμός ανάλογα με το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας. Το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας στην συγκεκριμένη περίπτωση καθορίζεται από τον αριθμό των δωματίων που διαθέτουν.

Στους πίνακες παρακάτω και τα αντίστοιχα διαγράμματα παρουσιάζονται στοιχεία για τον εγχώριο, των εξωτερικό και το συνολικό τουρισμό αντίστοιχα. Στο πρώτο πίνακα όσον αφορά τον εγχώριο τουρισμό, τα δεδομένα δείχνουν ότι ενώ από το 2012 στο 2013 υπήρξε αύξηση σε όλα τα ξενοδοχεία, το 2014 υπήρξε πτώση στις διανυκτερεύσεις στα πολύ μικρά (έως 25 δωμάτια) και στα πολύ μεγάλα (πάνω από 250 δωμάτια) ξενοδοχεία ενώ αντίθετα υπήρξε αύξηση στα υπόλοιπα.

Στην περίπτωση του εξωτερικού τουρισμού τα δεδομένα είναι ξεκάθαρα καθώς υπάρχει αύξηση σε όλων των ειδών τα ξενοδοχεία τόσο κατά το 2013 όσο και το 2014. Όπως είναι φυσικό η αύξηση λόγω των αλλοδαπών τουριστών είναι αρκετή ώστε να καλύψει την πτώση από τον εγχώριο τουρισμό για το έτος 2014. Έτσι κοιτάζοντας τη συνολική εικόνα πάλι φαίνεται ότι υπάρχει αύξηση σε όλων των ειδών τα ξενοδοχεία ανεξάρτητα από τον αριθμό των δωματίων που διαθέτουν.

Στη διαδικασία αυτή μας βοήθησε το EUROSTAT

Τα βήματα τα όποια ακλουθήσαμε ήταν τα εξής

- **Data**
- **Database by themes**
- **Industry , trade and services**
- **Tourism (tour)**
- **Annual data on tourism industries (tour\_inda)** =ετήσια στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία

- **Occupancy of tourist accommodation establishments (tour\_occ)** =πληρότητα των τουριστικών καταλυμάτων
- **Nights spent by residents and non-residents (tour\_occ\_in)**
- **Night spent at hotels and similar accommodation (NACE Rev 2.1.551)by size class (from 2012 onwards) (tour\_occ\_nnats)** όταν ανοίξει αυτό το παράθυρο πατάμε το (+) και διαλέγουμε
  - GEO-Greece
  - HOTEL\_SIZE-100-249:from 100 to 249 rooms
    - 25-99: From 25 to 99 rooms
    - GE 250:250 rooms or more
    - LT 25:less than 25 rooms
  - INDIC\_TO – B004 “total nights spent by residents
  - TIME- από το 2012 έως 2014
  - UNIT –δεν αλλάζω τίποτα

Αυτά ισχύουν για το **Πίνακα 7: Διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών** , για τον **Πίνακα 8: Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών** αλλάζουμε INDIC\_TO –total nights spent by non-resident και τέλος για τον **Πίνακα 9: Συνολικές Διανυκτερεύσεις τουριστών** αλλάζουμε το INDIC\_TO-nights spent,total

**Πίνακας 7: Διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών**

ΕΤΗ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (ΕΓΧ. ΤΟΥΡ.)			
	ΕΩΣ 25	26 ΕΩΣ 99	100 ΕΩΣ 249	ΑΝΩ ΤΩΝ 250
<b>2012</b>	2.014.296	6.621.367	2.639.067	1.240.502
<b>2013</b>	2.095.052	6.781.461	2.857.541	1.273.218
<b>2014</b>	2.042.409	6.856.016	2.894.741	1.256.502

Πηγή: EUROSTAT

**Πίνακας 8: Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών**

ΕΤΗ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (ΕΞΩΤ. ΤΟΥΡ.)			
	ΕΩΣ 25	26 ΕΩΣ 99	100 ΕΩΣ 249	ΑΝΩ ΤΩΝ 250
<b>2012</b>	2.619.253	15.194.388	16.792.341	15.933.525
<b>2013</b>	3.039.340	17.449.987	18.954.629	17.615.019
<b>2014</b>	3.335.786	19.411.398	19.641.139	18.513.650

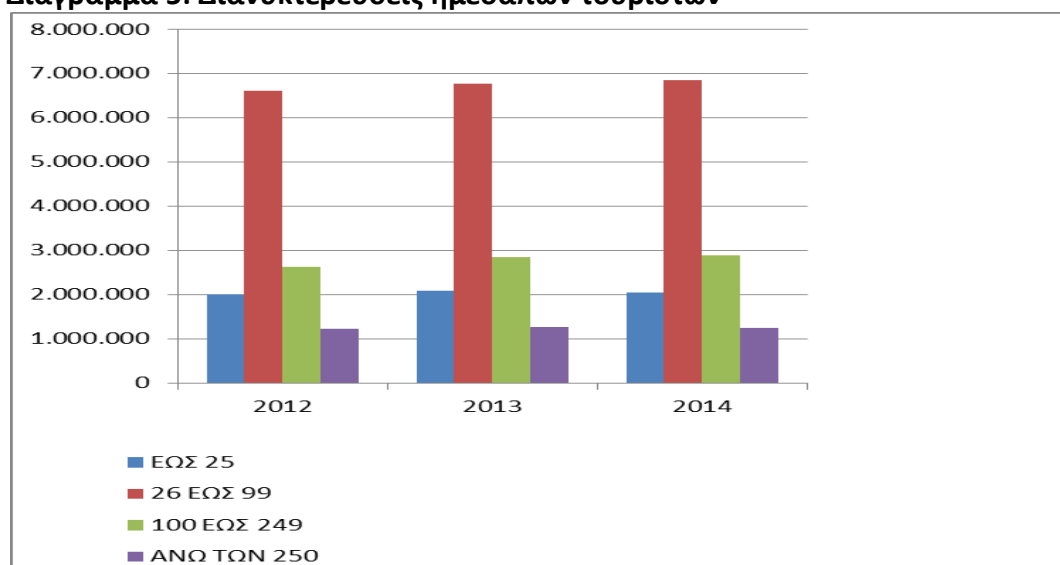
Πηγή: EUROSTAT

**Πίνακας 9: Συνολικές διανυκτερεύσεις τουριστών**

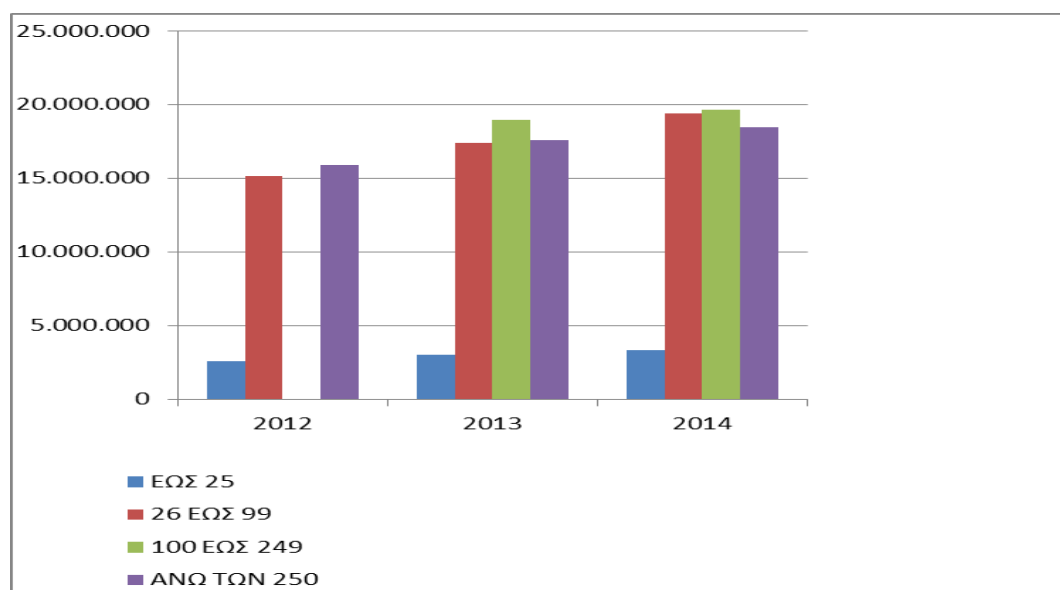
ΕΤΗ	ΔΙΑΝ/ΣΕΙΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧ. ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (ΣΥΝ. ΤΟΥΡ.)			
	ΕΩΣ 25	26 ΕΩΣ 99	100 ΕΩΣ 249	ΑΝΩ ΤΩΝ 250
<b>2012</b>	4.633.549	21.815.755	19.431.408	17.174.027
<b>2013</b>	5.134.392	24.2309.755	21.812.170	18.888.237
<b>2014</b>	5.378.195	26.267.414	22.535.880	19.770.152

Πηγή: EUROSTAT

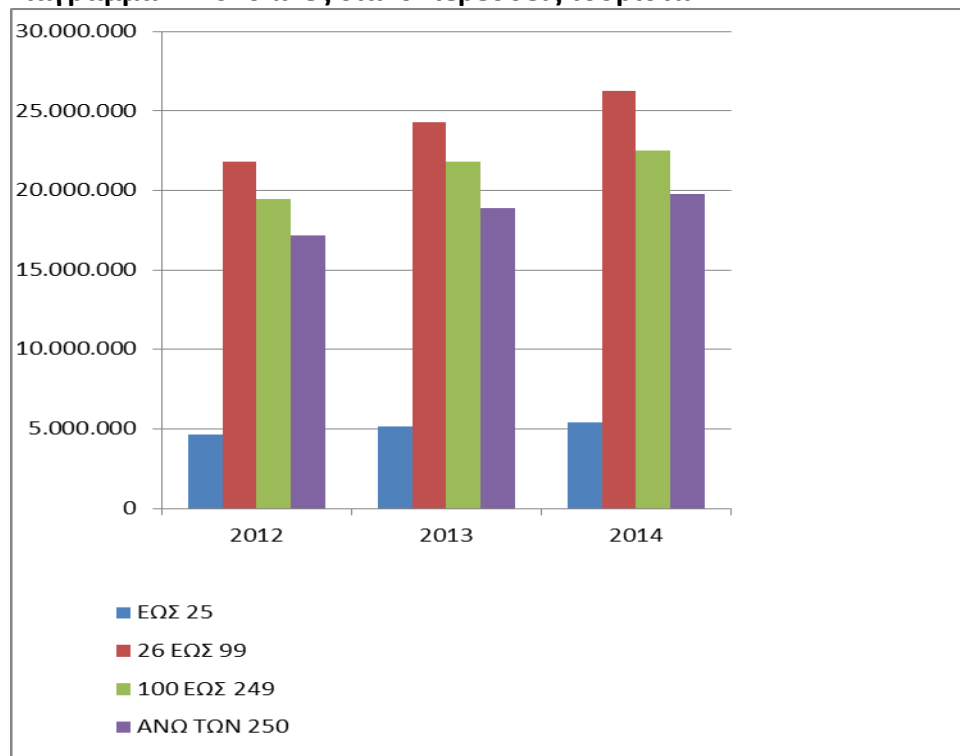
**Διάγραμμα 5: Διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών**



**Διάγραμμα 6: Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών**



**Διάγραμμα 7: Συνολικές διανυκτερεύσεις τουριστών**



Τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν μέχρι τώρα για την πορεία και την τάση του τουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δείχνουν ότι ο τουρισμός έχει μια ανοδική πορεία με όλο και αυξανόμενο αριθμό επισκεπτών να καταφτάνει στη χώρα. Παράλληλα ο αυξημένος αριθμός επισκεπτών δεν συνδυάζεται με μείωση της χρονικής περιόδου παραμονής τους πράγμα που σημαίνει ότι η τουριστική αύξηση είναι πραγματική. Επίσης από τα τελευταία στοιχεία που παρουσιάστηκαν φαίνεται ότι η τουριστική άνοδος καλύπτει όλο το εύρος των ξενοδοχειακών μονάδων και δεν περιορίζεται μόνο σε πολύ μεγάλες ή πολύ μικρές μονάδες.

Αναμενόμενο είναι η θετική πορεία του τουρισμού να αντικατοπτρίζεται και στις οικονομικές καταστάσεις και στα οικονομικά στοιχεία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Στο επόμενο τμήμα της εργασίας θα παρουσιαστούν διάφοροι χρηματοοικονομικοί δείκτες από διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες με σκοπό να δούμε εάν όντως η βελτίωση του τουριστικού κλάδου μεταφέρεται και στις οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

### 3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

Στα προηγούμενα κεφάλαια παρουσιάστηκαν κάποιες βασικές έννοιες για τον τουρισμό και κάποια στοιχεία σχετικά με την πορεία του τουρισμού στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Η μελέτη της πορείας του τουρισμού έγινε μέσα από κάποιους δείκτες που συνδύαζαν στοιχεία σχετικά με τις αφίξεις, τις διανυκτερεύσεις, κ.ά. στα κρητικά ξενοδοχεία. Στο παρόν κεφάλαιο θα εξετάσουμε κατά πόσο η αυξητική τάση και η άνοδος του τουρισμού μεταφέρεται και αποτυπώνεται στις οικονομικές καταστάσεις και στα οικονομικά στοιχεία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

Με τον όρο χρηματοοικονομική ανάλυση εννοείται η διαδικασία μέσω της οποίας αντλούνται πληροφορίες και στοιχεία μέσα από τα χρηματοοικονομικά στοιχεία μιας επιχείρησης. Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές. Μπορεί να προέρχονται από τις οικονομικές καταστάσεις που δημοσιεύει μια επιχείρηση, όπως ο ισολογισμός, ή από στοιχεία που δημοσιεύονται από άλλες πηγές (π.χ. επιμελητήριο) και αφορούν τον κλάδο γενικότερα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση που εξετάζεται. Τα σημαντικότερα στοιχεία βέβαια προέρχονται από τις οικονομικές καταστάσεις της επιχείρησης, οι οποίες και μεταφέρουν τα στοιχεία που προκύπτουν από τα λογιστικά βιβλία και λογιστικές καταστάσεις της επιχείρησης. Οι σημαντικότερες οικονομικές καταστάσεις είναι τέσσερις<sup>8</sup>:

- Ισολογισμός
- Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης
- Πίνακας διάθεσης αποτελεσμάτων
- Κατάσταση ταμειακών ροών

---

<sup>8</sup> Δασίλας Απόστολος, «Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων», MBA ΤΕΙ Σερρών 2011-2012.

### 3.1.1. ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο ισολογισμός αποτελεί την βασικότερη οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης, καθώς παρουσιάζει συνοπτικά μεν αλλά με απόλυτη ακρίβεια τα στοιχεία του ενεργητικού, του παθητικού και της καθαρής θέσης της επιχείρησης. Με άλλα λόγια ο ισολογισμός εμφανίζει την πλήρη περιουσιακή κατάσταση καθώς και τις πηγές με από τις οποίες μπορεί η επιχείρηση να χρηματοδοτήσει και να εξυπηρετήσει τον σκοπό της<sup>9</sup>.

Στο ενεργητικό συγκεκριμένα παρουσιάζονται όλα τα περιουσιακά στοιχεία που κατέχει η επιχείρηση, τα οποία μπορεί να είναι υλικά (π.χ. κτήρια, μηχανήματα, κλπ.) αλλά και άυλα στοιχεία. Στην άλλη πλευρά του ισολογισμού βρίσκεται το παθητικό, στο οποίο παρουσιάζονται όλες οι πηγές μέσα από τις οποίες η επιχείρηση βρήκε τους διαθέσιμους πόρους ώστε να δημιουργήσει την περιουσιακή κατάσταση που εμφανίζεται στο ενεργητικό. Οι πηγές αυτές μπορεί να είναι χρηματικά κεφάλαια τα οποία επενδύθηκαν από τους ιδρυτές της επιχείρησης, μπορεί να είναι κεφάλαια που προέρχονται από δανεισμό, κ.ά.

Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό το ενεργητικό και το παθητικό πρέπει να παρουσιάζουν τελικά την ίδια αξία, καθώς αναφέρονται επί της ουσίας στα ίδια στοιχεία απλά από διαφορετική σκοπιά. Το παθητικό εμφανίζει την πηγή χρηματοδότησης και το ενεργητικό την χρήση της χρηματοδότησης.

Η δομή του ισολογισμού είναι δεδομένη και η παρουσίαση των στοιχείων γίνεται με ένα συγκεκριμένο τρόπο. Στο ενεργητικό τα στοιχεία παρουσιάζονται και κατατάσσονται με βάση το βαθμό ρευστοποιήσεως τους. Έτσι η απεικόνιση ξεκινάει από τα πάγια στοιχεία που έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής και μικρό βαθμό ρευστοποιήσεως, συνεχίζει με την καταγραφή των κυκλοφοριακών διαθεσίμων και καταλήγει με τα χρηματικά διαθέσιμα. Αντίστοιχα στο παθητικό η κατάταξη γίνεται με βάση το βαθμό της διάρκειας των στοιχείων. Έτσι αρχικά εμφανίζονται τα ίδια κεφάλαια, μετά οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις και τέλος οι βραχυπρόθεσμες.

### 3.1.2. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ

Ο ισολογισμός όπως είδαμε προηγουμένως εμφανίζει την περιουσιακή κατάσταση της επιχείρησης από την οποία μπορούν να εξαχθούν κάποια βασικά συμπεράσματα για την επιχείρηση. Μια δεύτερη οικονομική κατάσταση η οποία βοηθάει περισσότερο στην εξαγωγή συμπερασμάτων είναι η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης.

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης ουσιαστικά παρουσιάζει με συνοπτικό τρόπο το αποτέλεσμα της επιχείρησης μέσα στην χρήση<sup>10</sup>. Στην κατάσταση αυτή

---

<sup>9</sup> Ηρειώτης Νικόλαος, (2007), «Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική Λογιστική», Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπ. Αθηνών, σελ. 14

<sup>10</sup> Δασύλας Απόστολος, «Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων», MBA ΤΕΙ Σερρών 2011-2012.

εμφανίζονται οι πωλήσεις της επιχείρησης, το κόστος παραγωγής, άλλα έσοδα που δεν προέρχονται από την βασική δραστηριότητα της επιχείρησης καθώς και τυχόν έκτακτα έσοδα ή έξοδα που προέκυψαν κατά την χρήση και ευνόησαν ή επιδείνωσαν το τελικό αποτέλεσμα.

Η κατάσταση αυτή παρέχει πληροφορίες που δεν διακρίνονται στον ισολογισμό και μπορεί να δείξει με σαφήνεια τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρησης επέτυχε τον σκοπό της ή τον λόγο για τον οποίο δεν κατάφερε να τον εκπληρώσει και αν το συγκεκριμένο αποτέλεσμα οφείλεται σε έκτακτες συνθήκες ή σε λάθος επιλογές.

### 3.1.3. ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η τρίτη βασική οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης είναι αυτή του πίνακα διάθεσης των αποτελεσμάτων. Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης όπως είδαμε και παραπάνω ενημερώνει για το τελικό αποτέλεσμα της χρήσης αν ήταν κερδοφόρο ή όχι και για το συνολικό ύψος αυτού. Το επόμενο στάδιο είναι η διαχείριση του αποτελέσματος αυτού.

Ο πίνακας διάθεσης αποτελεσμάτων παρουσιάζει λοιπόν τον τρόπο διαχείρισης του αποτελέσματος που προέκυψε στην χρήση<sup>11</sup>. Στον πίνακα αυτό εμφανίζεται το ύψος του ποσού που θα δεσμευτεί για την πληρωμή του φόρου εισοδήματος που προέκυψε ή όποιας άλλης υποχρέωσης, το ποσό για τον σχηματισμό αποθεματικών, το ποσό που θα μοιραστεί ως μέρος στους μετόχους, το ποσό που θα παραμείνει στην επιχείρησης ως υπόλοιπο κερδών, κλπ.

Τα στοιχεία που εμφανίζονται στον πίνακα διάθεσης αποτελεσμάτων είναι αποτέλεσμα φυσικά και των αποφάσεων των μετόχων και των διαχειριστών της επιχείρησης καθώς αυτοί αποφασίζουν εάν θα μοιραστεί μέρος ή εάν θα παραμείνουν κέρδη στην επιχείρησης, κλπ.

### 3.1.4. ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

Οι οικονομικές καταστάσεις που παρουσιάστηκαν μέχρι τώρα παρέχουν μια αρκετά σφαιρική εικόνα της οικονομικής κατάστασης μιας επιχείρησης. Παρουσιάζονται τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, τα αποτελέσματα που αυτή καταφέρνει σε μια χρήση και ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματα αυτά.

Η κατάσταση ταμειακών ροών είναι μια τέταρτη οικονομική κατάσταση η οποία, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια όπου τα αποτελέσματα της οικονομικής χρήσης είναι εμφανή, είναι πολύ σημαντική καθώς πληροφορεί για την ρευστότητα της επιχείρησης. Η κατάσταση των ταμειακών ροών παρουσιάζει και αναλύει την δυνατότητα της επιχείρησης να παράγει ταμειακά διαθέσιμα από την

---

<sup>11</sup> Δασίλας Απόστολος, «Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων», MBA ΤΕΙ Σερρών 2011-2012.

δραστηριότητά της, τις πηγές χρηματοδότησης που χρησιμοποίησε, καθώς και την χρήση των χρηματικών πόρων που έκανε.

Με αυτόν τον τρόπο μπορούμε να γνωρίζουμε εάν το αποτέλεσμα που παρουσιάζεται στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης είναι ένα αποτέλεσμα το οποίο θα μεταφραστεί σε χρηματικά διαθέσιμα για την επιχείρηση και δεν είναι ένα λογιστικό αποτέλεσμα.

### 3.2 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

Οι τέσσερις χρηματοοικονομικές καταστάσεις που είδαμε παραπάνω μπορούν εάν μελετηθούν διεξοδικά να παράγουν έγκυρα και πλήρη συμπεράσματα σε όποιον ενδιαφέρεται. Η ανάγκη ωστόσο για γρήγορη πληροφόρηση και άμεση εξαγωγή συμπερασμάτων οδήγησε στην δημιουργία και αποδοχή κάποιων δεικτών, οι οποίοι καλούνται χρηματοοικονομικοί δείκτες, και οι οποίοι λαμβάνοντας κάποια συγκεκριμένα στοιχεία από τις οικονομικές καταστάσεις παράγουν αποτελέσματα με συγκεκριμένη σημασία για τον αναλυτή.

Η δημιουργία ενός χρηματοοικονομικού δείκτη δεν είναι κάτι το ιδιαίτερα δύσκολο καθώς κάθε δείκτης εκφράζει απλά μια σχέση μεταξύ δύο οικονομικών μεγεθών που παρουσιάζονται στις οικονομικές καταστάσεις. Το δύσκολο τμήμα είναι η επιλογή των σωστών οικονομικών στοιχείων για την δημιουργία του δείκτη ώστε να μπορεί να εξαχθεί ένα αποτέλεσμα το οποίο και σημαντικό θα είναι αλλά και σωστό.

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες χρησιμοποιούνται τόσο από επενδυτές που ενδιαφέρονται να επενδύσουν τα χρήματά τους σε μια επιχείρηση όσο και από τα στελέχη της ίδιας της επιχείρησης ώστε να λαμβάνουν πληροφορίες για τυχόν αδυναμίες ώστε να τις διορθώνουν αλλά και πλεονεκτήματα τα οποία θα εκμεταλλευτούν<sup>12</sup>. Η καλύτερη και πιο αποδοτική χρήση των χρηματοοικονομικών δεικτών γίνεται όταν υπάρχουν διαχρονικά στοιχεία του δείκτη αυτού έτσι ώστε να μπορεί να εξαχθεί ένα ασφαλές συμπέρασμα για την τάση που ακολουθεί ο δείκτης αλλά και όταν οι δείκτες μιας επιχείρησης συγκρίνονται με τους αντίστοιχους δείκτες των επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου αλλά και των άμεσων ανταγωνιστών της επιχείρησης.

Οι συγκρίσεις μεταξύ των χρηματοοικονομικών δεικτών μπορούν να μας δώσουν σημαντικά αποτελέσματα, ωστόσο δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και αδυναμίες. Η βασικότερη ίσως αδυναμία είναι ότι τα όποια αποτελέσματα εξαγονται αφορούν στοιχεία του προηγούμενου έτους. Με αυτόν τον τρόπο δεν υπάρχει άμεση και δυναμική ενημέρωση ώστε εφόσον παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα να μπορέσει να διορθωθεί μέσα στην ίδια χρήση.

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες μπορεί να είναι πάρα πολλοί ωστόσο μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με το τι εξετάζουν σε πέντε βασικές κατηγορίες<sup>13</sup>:

- Δείκτες αποδοτικότητας
- Δείκτες ρευστότητας
- Δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης & περιουσιακής διάρθρωσης

<sup>12</sup> Χαραλαμπίδης Ιωάννης, «Χρηματοοικονομικοί Δείκτες», Μεταπτ. Προγρ. Σπ. Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων, Πανεπ. Αιγαίου.

<sup>13</sup> Γκλεζάκος Μιχαήλ, (2004), «Εισαγωγή στην Ανάλυση της Οικονομικής Κατάστασης των Επιχειρήσεων», Πανεπ. Πειραιώς.

- Δείκτες δραστηριότητας
- Επενδυτικοί δείκτες ή δείκτες αποτίμησης

### 3.2.1. ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Οι δείκτες αποδοτικότητας όπως είναι εμφανές και από τον τίτλο χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό της αποδοτικότητας μιας επιχείρησης. Η αποδοτικότητα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι μετράει το πόσο οικονομικός ήταν ο τρόπος με τον οποίο οι πόροι που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές οδήγησαν στα επιθυμητά αποτελέσματα. Στις επιχειρήσεις, η αποδοτικότητα σχετίζεται με την κερδοφορία, η οποία εξαρτάται από την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων της επιχείρησης. Υπάρχουν διάφοροι αριθμοδείκτες που μετρούν την αποδοτικότητα, με κυριότερους (Σπαθής 1999, Κοτοπούλη 1991) τους εξής:

*ι)Αποδοτικότητα συνολικού ενεργητικού ή συνολικών κεφαλαίων.*

Ο αριθμοδείκτης αυτός προκύπτει από το λόγο των κερδών προ φόρων και τόκων προς το συνολικό ενεργητικό. Ο σκοπός του συγκεκριμένου αριθμοδείκτη είναι να εξετάζει την αποδοτικότητα όλων των επενδυμένων κεφαλαίων στην επιχείρηση.

*ιι)Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων.*

Ο υπολογισμός του αριθμοδείκτη αυτού προκύπτει από το πηλίκο του καθαρού κέρδους προ φόρων προς το ύψος των ιδίων κεφαλαίων. Το ζητούμενο που εξετάζει ο δείκτης αυτός είναι η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί στην επιχείρηση και αποτελεί πολύ σημαντικό δείκτη στην χρηματοοικονομική των επιχειρήσεων.

*ιιι)Αποδοτικότητα πωλήσεων ή περιθώριο κέρδους επί των πωλήσεων.*

Ο αριθμοδείκτης αυτός προέρχεται από την διαίρεση του μικτού κέρδους προς το συνολικό ύψος των πωλήσεων. Το πηλίκο αυτό μας πληροφορεί για το κέρδος της επιχείρησης ως ποσοστό επί των πωλήσεων.

*ιν)Ο λόγος Tobin q.*

Ο αριθμοδείκτης αυτός εξετάζει το ενεργητικό της επιχείρησης και ισούται με το πηλίκο της αγοραίας αξίας του ενεργητικού της επιχείρησης προς το κόστος αντικατάστασής του.

Οι τέσσερις δείκτες αυτοί που μετρούν την αποδοτικότητα μιας επιχείρησης είναι ευρέως διαδεδομένοι στην διεθνή βιβλιογραφία και χρησιμοποιούνται πάρα πολύ ανάλογα βέβαια και με τα διαθέσιμα στοιχεία που υπάρχουν.

### 3.2.2. ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Η ρευστότητα της επιχείρησης, όπως ειπώθηκε και παραπάνω, συνδέεται άμεσα με την βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της. Η ρευστότητα ουσιαστικά αντικατοπτρίζει το κατά πόσο η επιχείρηση είναι σε θέση να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της και προσδιορίζει τις δυνατότητες που έχει για την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων. Έτσι, μέσω των επενδύσεων και της διαμόρφωσης του κεφαλαίου κίνησης, η ρευστότητα έχει συμβολή στη διαμόρφωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης.

Μια επιχείρηση θεωρείται ότι είναι ισχυρή όταν συντρέχουν δύο βασικοί παράμετροι. Πρώτον η επιχείρηση είναι σε θέση να εξοφλεί τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της είτε αυτές αφορούν πιστωτές είτε αφορούν τόκους και μερίσματα. Δεύτερον όταν μπορεί να διατηρεί στοιχεία τέτοια ώστε να της εξασφαλίζουν ότι η πιστοληπτική της ικανότητα θα διατηρηθεί σε ευνοϊκά επίπεδα. Σε γενικές γραμμές πάντως, όσο καλύτερα αποτελέσματα έχουν οι δείκτες ρευστότητας τόσο πιο εξασφαλισμένη είναι η επιχείρηση ώστε να μην αντιμετωπίσει προβλήματα από βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Οι σημαντικότεροι αριθμοδείκτες ρευστότητας που χρησιμοποιούνται είναι δύο. Ο ένας είναι ο δείκτης γενικής ή κυκλοφοριακής ρευστότητας και ο άλλος ο δείκτης άμεσης ρευστότητας.

#### *ι) Δείκτης γενικής ή κυκλοφοριακής ρευστότητας.*

Ο αριθμοδείκτης αυτός προκύπτει ως το πηλίκο του κυκλοφορούν ενεργητικού προς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης. Ο δείκτης αυτός δείχνει κατά πόσο η επιχείρηση έχει την δυνατότητα να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της χρησιμοποιώντας τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της (κυκλοφορούν ενεργητικό). Η θετική εικόνα του δείκτη αυτού αυξάνει το βαθμό φερεγγυότητας της επιχείρησης ως προς τους πιστωτές-προμηθευτές της αλλά και ως προς τους λοιπούς πιστωτές (τράπεζες, κλπ.).

#### *ιι) Δείκτης άμεσης ρευστότητας.*

Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι αρκετά κοινός με τον δείκτη γενικής ρευστότητας μόνο που από τον αριθμητή αφαιρούνται τα αποθέματα ενώ ο παρανομαστής παραμένει ο ίδιος. Ο αριθμητής δηλαδή προκύπτει από το άθροισμα διαθέσιμα + χρεόγραφα + απαιτήσεις. Με τον δείκτη αυτόν αποφεύγουμε την χρησιμοποίηση των αποθεμάτων, που πιθανόν να είναι απαξιωμένα ή δύσκολα επιβεβαιώνεται η πραγματική τους αξία κατά τον πιθανό χρόνο ρευστοποίησης.

### 3.2.3. ΔΕΙΚΤΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΧΛΕΥΣΗΣ & ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΗΣ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗΣ

Οι περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα δεν αρκούνται μόνο στα κεφάλαια που οι ίδιες επενδύουν αλλά χρησιμοποιούν και δανεικά κεφάλαια. Οι δείκτες της χρηματοοικονομικής μόχλευσης ουσιαστικά μετρούν το βαθμό με τον οποίο η επιχείρηση χρηματοδοτείται από ξένα – δανειακά κεφάλαια και όχι από τα ίδια κεφάλαια.

Η σημαντικότητα των δεικτών χρηματοοικονομικής μόχλευσης έγκειται στο γεγονός ότι μέσω των δεικτών αυτών μπορεί η διοίκηση της επιχείρησης αλλά και κάθε άλλος άμεσα ενδιαφερόμενος να γνωρίζουν κατά πόσο και σε ποιο επίπεδο η επιχείρηση είναι διασφαλισμένη από το ύψος των ιδίων κεφαλαίων της. Επιχειρήσεις όπου οι δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης είναι αρκετά υψηλοί είναι πιο ευάλωτες καθώς τα κεφάλαια δεν είναι δικά τους αλλά προέρχονται από δανεισμό.

Οι κυριότεροι αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης είναι τρεις και είναι ο δείκτης συνολικού μακροπρόθεσμου χρέους, ο δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας και ο δείκτης κάλυψης τόκων.

#### *ι) Δείκτης συνολικού μακροπρόθεσμου χρέους.*

Ο συγκεκριμένος αριθμοδείκτης εξετάζει κυρίως το μακροπρόθεσμο χρέος σε σχέση με το συνολικό ύψος των μακροπρόθεσμων κεφαλαίων, είτε αυτά προέρχονται από δανεισμό είτε από ίδια κεφάλαια. Η τιμή του δείκτη προκύπτει από τον λόγο του μακροπρόθεσμου χρέους προς το μακροπρόθεσμο χρέος συν το μετοχικό κεφάλαιο συν τα διάφορα αποθεματικά. Ο ίδιος δείκτης συναντάται και με μια διαφορετική μορφή όπου στον αριθμητή βρίσκεται το μακροπρόθεσμο χρέος και στον παρονομαστή μόνο το μετοχικό κεφάλαιο και τα αποθεματικά. Όσο μεγαλύτερη η τιμή του δείκτη αυτού τόσο μεγαλύτερος είναι και ο κίνδυνος που αντιμετωπίζει η επιχείρηση.

#### *ιι) Δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας.*

Μια επιχείρηση μπορεί να προτιμά να επενδύει τα διαθέσιμα κεφάλαια της σε πάγιο εξοπλισμό ή να τα κρατάει σε χρηματικά διαθέσιμα. Ο δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας, ο οποίος προκύπτει από το πηλίκο των πάγιων περιουσιακών στοιχείων προς το σύνολο του ενεργητικού, μας δείχνει ακριβώς τον τρόπο που επιλέγει η επιχείρηση να χρησιμοποιεί τα διαθέσιμα κεφάλαια της. Ανάλογα με τον βαθμό που εμφανίζει ο συγκεκριμένος δείκτης, οι επιχειρήσεις μπορούν να διακριθούν σε επιχειρήσεις έντασης πάγιων περιουσιακών στοιχείων και σε επιχειρήσεις κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων.



*ιι) Δείκτης κάλυψης τόκων.*

Όπως ειπώθηκε και παραπάνω η πλειοψηφία των επιχειρήσεων σήμερα χρησιμοποιεί και δανεικά κεφάλαια εκτός από τα ίδια κεφάλαια. Ο δείκτης κάλυψης τόκων πληροφορεί για την δυνατότητα της επιχείρησης να ανταπεξέλθει στους τόκους των δανειακών κεφαλαίων και να τους καλύψει. Ο υπολογισμός του δείκτη προκύπτει από την σχέση κέρδη επιχείρησης προ φόρων και τόκων συν τις αποσβέσεις και όλο αυτό προς το ύψος των τόκων. Εφόσον ο δείκτης εμφανίζει τιμές μεγαλύτερες της μονάδας μας παρέχει την πληροφόρηση ότι η επιχείρηση μπορεί να καλύπτει τις υποχρεώσεις της σε τόκους από τα κέρδη που εμφανίζει.

#### 3.2.4. ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η επιτυχία μιας επιχείρησης δεν έχει να κάνει μόνο με το να καταφέρει να παρουσιάζει κέρδη αλλά και με τον βαθμό με τον οποίο τα κέρδη αυτά γίνονται κτήμα της επιχείρησης. Οι δείκτες δραστηριότητας ουσιαστικά μετρούν τον βαθμό κατά τον οποίο τα διάφορα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά. Με άλλα λόγια, οι δείκτες αυτοί μετρούν το βαθμό με τον οποίο η επιχείρηση μετατρέπει τα προϊόντα που παράγει σε πωλήσεις και σε ρευστά διαθέσιμα.

Το βέλτιστο όπως αντιλαμβάνεται κανείς είναι η επιχείρηση να μετατρέπει αμέσως την παραγωγή της σε πωλήσεις ωστόσο στις περισσότερες των περιπτώσεων δεν συμβαίνει αυτό. Υπάρχουν αρκετοί δείκτες δραστηριότητας, κάποιοι από του οποίους είναι ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων, ο δείκτης μέσης διάρκειας παραμονής αποθεμάτων, ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων, ο δείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων, ο δείκτης μέσης διάρκειας είσπραξης απαιτήσεων, κ.ά.

Η λογική που ακολουθούν όλοι αυτοί οι δείκτες είναι σχετικά κοινή. Ο δείκτης για παράδειγμα κυκλοφοριακής ταχύτητας αποθεμάτων προκύπτει από το πηλίκο των πωλήσεων προς το μέσο ύψος αποθεμάτων αρχής και τέλους χρήσης, ενώ ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων από το πηλίκο των πωλήσεων προς το μέσο ύψος απαιτήσεων αρχής και τέλους χρήσης. Ο δείκτης μέσης διάρκειας παραμονής αποθεμάτων προκύπτει από τον λόγο 365 προς κυκλοφοριακή ταχύτητα εμπορευμάτων.

### 3.2.5. ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ Η΄ ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΤΙΜΗΣΗΣ

Οι δείκτες που αναφέρθηκαν μέχρι τώρα είναι χρηματοοικονομικοί δείκτες οι οποίοι λαμβάνουν στοιχεία από τις οικονομικές καταστάσεις των εταιρειών και αποδίδουν κάποια στοιχεία για τους ενδιαφερόμενους. Ωστόσο η ανάλυση που απαιτείται και οι πληροφορίες είναι αρκετά πολλές με αποτέλεσμα αρκετοί επενδυτές ή ενδιαφερόμενοι για μια εταιρεία να μην μπορούν ή να μην έχουν τον χρόνο να τις επεξεργαστούν και να τις αξιολογήσουν κατάλληλα.

Οι επενδυτικοί δείκτες ή δείκτες αποτίμησης είναι μια κατηγορία δεικτών όπου βοηθούν την διοίκηση αλλά και τους λοιπούς ενδιαφερόμενους ώστε να αξιολογούν και να σχηματίζουν μια άποψη για την εταιρεία γρηγορότερα. Οι συγκεκριμένοι δείκτες εξετάζουν την αγοραία τιμή της μετοχής της εταιρείας σε σχέση με τα κέρδη που αυτή εμφανίζει αλλά και την λογιστική αξία της μετοχής. Με τον τρόπο αυτό η διοίκηση μπορεί να πληροφορηθεί για την εικόνα που έχουν σχηματίσει οι επενδυτές για τις επιδόσεις της εταιρείας και οι διάφοροι ενδιαφερόμενοι για το κατά πόσο μια επένδυση στην συγκεκριμένη εταιρεία θα μπορούσε να θεωρηθεί ως ελκυστική ή όχι.

Οι σημαντικότεροι από τους επενδυτικούς δείκτες είναι πέντε και είναι ο δείκτης αγοραίας τιμής μετοχής προς καθαρά κέρδη ανά μετοχή, ο δείκτης κεφαλαιοποίησης προς πωλήσεις, ο δείκτης Price Earnings Growth, ο δείκτης αγοραίας τιμής μετοχής προς λογιστική τιμή και ο δείκτης μερίσματος.

#### *ι) Δείκτης αγοραίας τιμής προς καθαρά κέρδη ανά μετοχή.*

Ο δείκτης αυτός είναι ο πιο διαδεδομένος από τους δείκτες αποτίμησης και ο δείκτης που χρησιμοποιείται πιο πολύ από όλους τους άλλους. Οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το δείκτη αυτόν, δηλαδή το ηλίκο κέρδος ανά μετοχή προς την τρέχουσα χρηματιστηριακή τιμή της μετοχής, που παρά της ατέλειες που παρουσιάζει θεωρείται ως αποδεκτός δείκτης.

Εάν μια μετοχή εμφανίζει υψηλή τιμή στον συγκεκριμένο δείκτη σημαίνει ότι οι επενδυτές αναμένουν ότι η κερδοφορία της συγκεκριμένης μετοχής θα αυξηθεί στο άμεσο μέλλον ενώ εάν η τιμή είναι χαμηλή τότε αναμένεται το αντίθετο.

#### *ιι) Δείκτης κεφαλαιοποίησης προς πωλήσεις.*

Ο συγκεκριμένος δείκτης ο οποίος προκύπτει από το λόγο της χρηματιστηριακής αξίας της επιχείρησης προς τον κύκλο εργασιών της. Ο δείκτης αυτός ουσιαστικά αποτυπώνει την δημοτικότητα της επιχείρησης με βάση την δυνατότητα της επιχείρησης να παράγει πωλήσεις σε μια συγκεκριμένη χρονιά.

Ο συγκεκριμένος δείκτης δεν είναι τόσο διαδεδομένος ωστόσο παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον καθώς μπορεί να αποδώσει στους ενδιαφερόμενους αρκετά ενδιαφέροντα στοιχεία για την επιχείρηση.

*ιι)Δείκτης Price Earnings Growth.*

Ο δείκτης αυτός συνδυάζει τον λόγο τιμή προς κέρδη ανά μετοχή με τους διαχρονικούς ρυθμούς μεταβολής της κερδοφορίας μιας εταιρείας. Ο δείκτης αυτός που στην διεθνή βιβλιογραφία συναντάται συχνά ως PEG από τα αρχικά των λέξεων price earning growth, έχει το πλεονέκτημα ότι τα αποτελέσματα του είναι πιο ευέλικτα σε απότομες αλλαγές μεγεθών και έτσι πιο αντικειμενικά.

*ιγ)Δείκτης αγοραίας τιμής μετοχής προς λογιστική τιμή.*

Ο χρηματοοικονομικός δείκτης της αγοραίας τιμής της μετοχής προς τη λογιστική τιμή είναι ένας ακόμα δείκτης που παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο οι επενδυτές αποτιμούν μια επιχείρηση.

Η λογιστική τιμή της μετοχής προκύπτει από την διαίρεση των ιδίων κεφαλαίων με τον αριθμό των μετοχών μιας επιχείρησης που είναι σε κυκλοφορία. Έτσι εφόσον η τιμή του δείκτη είναι μεγαλύτερη της μονάδας τότε αυτό μεταφράζεται σε μια επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης.

*ιδ)Δείκτης μερίσματος.*

Ο δείκτης μερίσματος ίσως είναι ο πιο απλός χρηματοοικονομικός δείκτης αποτίμησης καθώς προκύπτει από την διαίρεση του μερίσματος που διατίθεται ανά μετοχή με την αγοραία τιμή της μετοχής. Έτσι οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να δουν τι κέρδη θα αποκομίσουν από την επιχείρηση σε σχέση με την αξία που έχει η μετοχή της εταιρείας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΞΕΝ/ΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάστηκαν κάποιοι από τους σημαντικότερους χρηματοοικονομικούς δείκτες οι οποίοι χρησιμοποιούνται για την χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων. Στο παρόν κεφάλαιο θα εξετάσουμε κάποιους από τους δείκτες αυτούς με στοιχεία που προέρχονται από τις οικονομικές καταστάσεις ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Κρήτη.

Επειδή όπως ειπώθηκε και παραπάνω στην Ελλάδα βρίσκονται πάρα πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, δεν ήταν δυνατόν να παρθούν στοιχεία για όλες τις ξενοδοχειακές μονάδες. Επιλέχθηκαν τυχαία τριάντα ξενοδοχειακές μονάδες από τις οποίες αντλήθηκαν στοιχεία μέσα από τις δημοσιευμένες οικονομικές τους καταστάσεις. Η επιλογή έγινε με τυχαίο τρόπο ωστόσο τα ξενοδοχεία που επιλέχθηκαν προέρχονται από όλο το εύρος της Κρητικής επικράτειας. Επίσης οι ξενοδοχειακές μονάδες από τις οποίες προέρχονται τα στοιχεία είναι τόσο μεγάλες οικονομικές μονάδες όσο και μικρότερες οικονομικές μονάδες. Τα έτη για τα οποία αντλούνται στοιχεία είναι από το 2011 έως και το 2014 και οι δείκτες οι οποίοι επιλέχθηκαν είναι τρεις δείκτες αποδοτικότητας, δύο δείκτες ρευστότητας και δύο δείκτες μόχλευσης.

Συγκεκριμένα οι δείκτες που εξετάζονται είναι ο δείκτης αποδοτικότητας του συνολικού ενεργητικού, ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων, ο δείκτης αποδοτικότητας πωλήσεων, ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας, ο δείκτης άμεσης ρευστότητας, ο δείκτης μακροπρόθεσμου χρέους και ο δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας. Μέσω των δεικτών αυτών θα εξεταστεί εάν και κατά πόσον η άνοδος του τουρισμού όπως αυτή φαίνεται ότι συμβαίνει σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν στο δεύτερο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας.

Τα στοιχεία που θα παρουσιαστούν παρακάτω προέκυψαν ως ο μέσος όρος των επιμέρους δεικτών για κάθε μία από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Κρήτης που εξετάζονται. Δηλαδή υπολογίστηκαν οι δείκτες για κάθε μία ξενοδοχειακή μονάδα ξεχωριστά και έπειτα υπολογίστηκε ένας δείκτης ως ο μέσος όρος των επιμέρους δεικτών για κάθε κατηγορία.

Θα πάρουμε ως παράδειγμα το ξενοδοχείο « MARIN DREAM HOTEL» μπαίνοντας στο site του βλέπουμε τους ισολογισμούς και τις καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως κάθε έτους μπορούμε να φτιάξουμε τους δείκτες που χρειαζόμαστε

ΑΡΧΟΝΤΟΥΛΑΚΗΣ ΕΛΕΥΘ. ΚΑΙ ΥΙΟΙ Α.Ε. (Αρ.Μ.Α.Ε.1141070/Β/86/123)

ΕΣΟΔΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2014 (Διαγ.πρ.1/1-31/12/14)

	ποσά κλεισίμ. χρήσης 2014			ποσά προηγ. χρήσης 2013			ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλεισμ. Χρήσης 2014	Ποσά προηγ. Χρήσης 2013
	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναποσβ.Αξία	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναποσβ.Αξία			
<b>Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΩΣ</b>							<b>Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ</b>		
Έξοδα Ύδρευσης και πρώτης εγκατάστασης	9.129,50	9.129,50	0,00	9.129,50	9.129,50	0,00	<b>I. Κεφάλαιο (μετοχικό κ.λ.π.)</b>		
Τόκοι δανείων κατασκευαστικής περιόδου	36.730,81	36.730,80	0,01	36.730,81	33.057,72	3.673,09	1. Καταβλημένο 18423 ονομ.μετ. Χ 29,35 €	540.715,05	444.652,50
Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	44.217,51	44.217,51	0,00	42.777,51	40.999,39	1.778,12		<b>540.715,05</b>	<b>444.652,50</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>90.077,82</b>	<b>90.077,81</b>	<b>0,01</b>	<b>88.637,82</b>	<b>83.186,61</b>	<b>5.451,21</b>	<b>III. Διαφορές αναπροσαρμογής-Επιγρφ. επενδύσεων</b>		
<b>Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>							2. Διαφορές από αναπροσ. αξίας λοιπών παρ. στ.	146,31	96.208,86
<b>II. Ενσώματες ακινητοποιήσεις</b>							3. Επγρφες επενδύσεων πάγιου Ενεργητικού	368.800,00	368.800,00
Γήπεδα - Οικόπεδα	600.251,47	0,00	600.251,47	600.251,47	0,00	600.251,47		<b>368.946,31</b>	<b>465.008,86</b>
Κτίρια και τεχνικά έργα	2.244.497,32	1.518.081,78	726.415,54	2.231.449,74	1.455.941,09	775.508,65			
Μηχανήματα-εργα구άσεις και λοιπές μηχ. εξοπλ.	36.439,88	30.433,43	6.006,45	31.789,88	28.314,70	3.475,18	<b>IV. Αποθεματικά κεφάλαια</b>		
Μεταφορικά Μέσα	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1. Τακτικό Αποθεματικό	26.672,61	23.872,61
Έπιπλα και λοιπές εξοπλισμός	468.264,14	464.653,11	3.611,03	460.209,58	457.751,30	2.458,28		<b>26.672,61</b>	<b>23.872,61</b>
Ακίνητες υπο εκτέλεση και προκαταβολές	6.859,08	0,00	6.859,08	6.859,08	0,00	6.859,08	<b>V. Αποτελέσματα ες νέο</b>		
<b>Σύνολο</b>	<b>3.356.311,89</b>	<b>2.013.168,32</b>	<b>1.343.143,57</b>	<b>3.330.559,75</b>	<b>1.942.007,09</b>	<b>1.388.552,66</b>	1. Υπόλοιπο καρδών χρήσεως		
<b>III. Συμμετοχές και άλλες μακροπρόθεσμες απαιτ.</b>							2. Υπόλοιπο ζυμίων χρήσεως ες νέο		0,00
Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			621,38			621,38	3. Υπόλοιπο καρδών ες νέων	92.645,90	38.999,88
<b>Σύνολο παγίου ενεργητικού (ΓII+ΓIII)</b>			<b>1.343.764,95</b>			<b>1.389.174,04</b>		<b>92.645,90</b>	<b>38.999,88</b>
<b>Α. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>							<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (ΑI+ΑIII+ΑIV+AV)</b>	<b>1.028.979,87</b>	<b>972.533,85</b>
<b>I. Αποθέματα</b>							<b>Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>		
Εμπορεύματα			2.260,89			2.202,82	<b>I. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</b>		
Πρώτες και βοηθητικές ύλες-Αναλώσιμα υλικά-			2.871,87			2.795,28	1. Δάνεια τραπεζών	595.592,85	664.966,70
			<b>5.132,76</b>			<b>4.998,10</b>		<b>595.592,85</b>	<b>664.966,70</b>
<b>II. Απαιτήσεις</b>							<b>II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</b>		
Πελάτες			84.317,41			78.091,21	1. Προμηθευτές	29.429,58	17.475,46
Επιταγές εισπρακτέας μεταγρ.			267.517,02			267.568,25	2α. Επιταγές Πληρωτέας (Μεταχρονολογημένες)	28.472,67	26.352,76
Επισφαλείς-Επιτόκοι Χρεώστες			1.000,00			1.000,00	3. Τράπεζες/Όμοιοι βραχυπρόθ.Υποχρεώσεις	38.357,80	38.379,79
Χρεώστες Διάφοροι			27.374,87			20.849,39	5. Υποχρεώσεις από Φόρους-Τέλη	35.302,26	38.060,32
			<b>380.209,30</b>			<b>367.508,85</b>	6. Ασφαλιστικοί Οργανισμοί	13.970,83	14.500,05
<b>IV. Δυσθέσιμα</b>							11. Πιστωτές διάφοροι	14.735,76	11.505,74
Ταμείο			47.616,48			4.677,49		<b>160.268,90</b>	<b>146.274,12</b>
Καταθέσεις όψεως και προθεσμίας			13.761,40			19.931,06			
			<b>61.377,88</b>			<b>24.608,55</b>			
<b>Σύνολο κυκλοφ.ενεργ.(ΑI+ΑIII+ΑIV)</b>			<b>446.719,94</b>			<b>397.115,50</b>	<b>Σύνολο υποχρεώσεων (ΓI+ΓII)</b>	<b>755.861,75</b>	<b>811.240,82</b>
<b>Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>							<b>Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>		
Έξοδα Επομένων Χρήσεων			0,00			0,00	1. Εξοδα Χρήσεως Πληρωτέα	5.643,28	7.966,08
			<b>0,00</b>			<b>0,00</b>		<b>5.643,28</b>	<b>7.966,08</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ(Β+Γ+Α+Ε)</b>			<b>1.790.484,90</b>			<b>1.791.740,75</b>	<b>ΓΕΝ. ΣΥΝ. ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ(Α+Γ+Α)</b>	<b>1.790.484,90</b>	<b>1.791.740,75</b>

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (Α/86)  
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2014 (1 Ιανουαρίου - 31 Δεκεμβρίου 2014)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ (Α/86)

	Ποσά κλειόμενης χρήσεως		Ποσά προηγ.χρήσης			ποσά κλειόμενης	ποσά προηγ.
	2014		2013			χρήσ.2014	χρήσ.2013
<b>I. Αποτελέσματα εκμετάλλευσης</b>							
Κύκλος εργασιών (Πωλήσεις εμπορευμ. & Υπηρεσιών)	773.756,19		733.459,95		Καθαρά αποτελέσματα ( κέρδη) χρήσης	79.947,29	63.651,58
Μείον : Κόστος πωλήσεων	247.029,10		246.990,43		(+) ή (- Υπόλοιπο αποτελεσμ. Προηγούμε. χρήσεων	38.999,88	-986,31
<b>Μικτά αποτελέσματα ( κέρδη ) εκμετάλλευσης</b>	<b>526.727,09</b>		<b>486.469,52</b>		(+) ή (- Διαφορ.φορολ.ελεγχου προηγ.χρήσ.	0,00	0,00
Πλέον Άλλα έσοδα εκμετάλλευσης	0,00		68,20		<b>Σύνολο</b>	<b>118.947,17</b>	<b>62.665,27</b>
Μείον: Σύνολο	526.727,09		486.537,72		Μείο 1.Φόρος Εισοδήματος	22.037,54	20.139,84
1. Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	120.619,95		113.595,35		2.Λοιποί μη ενσωμ.στο λειπ.κόστ.φόροι	1.463,73	1.215,40
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως	255.422,78	376.042,73	224.849,23	338.444,58	<b>Ζημίες εις Νέο</b>		
Μερικά αποτελέσματα ( κέρδη) εκμετάλλευσης	150.684,36		148.093,14		<b>Κερδη προς διαθεση</b>	<b>95.445,90</b>	<b>41.310,03</b>
<b>Πλέον (ή μείον)</b>							
4. Πιστωτικοί τόκοι & συναφή έσοδα	311,50		198,90		Η διαθεση των κερδων γίνεται ως εξής:		
Μείον :					1.Τακτικο Αποθεματικο	2.800,00	2.310,15
3. Χρεωστικοί τόκοι & συναφή έξοδα	70.686,49		82.852,95		8.Υπόλοιπο κερδων εις νεον	92.645,90	38.999,88
Ολικά αποτελέσματα ( κέρδη) εκμετάλλευσης	80.309,37		65.439,09			<b>95.445,90</b>	<b>41.310,03</b>
<b>II. Πλέον (ή μείον) Έκτακτα αποτελέσματα</b>							
1.Εκτακτα & ανόργανα έσοδα	7,74		584,37				
2.Εκτακτα κερδη			300,00				
Μείον:					<b>ΗΡΑΚΛΕΙΟ 30-4-2015</b>		
1. Εκτακτα & ανόργανα έξοδα	369,82		2.671,88				
3. Έξοδα προηγούμενων χρήσεων	0,00	362,08	0,00	1.787,51	<b>Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΔΣ</b>	<b>Η ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ</b>	<b>Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ</b>
Οργανικά & έκτακτα αποτελέσματα κέρδη	79.947,29		63.651,58		Εμμ.Αρχοντουλάκης	Μαρία Αρχοντουλάκη	Θοδ.Κουναλάκης
Μείον:					ΑΔΤ Γ019420	ΑΔΤ ΑΖ463326	ΑΔΤ ΑΖ965339
Σύνολο αποσβέσεων παγίων στοιχείων	78.052,43		76.038,94				
Οι από αυτές ενσωματ. στο λειτουργικό κόστος	78.052,43	0,00	76.038,94	0,00			
<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ Κέρδη Χρήσης</b>	<b>79.947,29</b>		<b>63.651,58</b>				

Έχοντας Ισολογισμό ,Κατάσταση Αποτελεσμάτων χρήσης μπορούμε να βρούμε τους δείκτες που χρειαζόμαστε

### **ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (για να βρούμε αυτόν το δείκτη χρειαζόμαστε κέρδη προ φόρων και τόκων από την ΚΑΧ και το σύνολο ενεργητικού)

Π.χ.

Για 2014

$$=79.947,29/1.790.484,90=0,04$$

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (για να βρούμε αυτόν το δείκτη χρειαζόμαστε καθαρό κέρδος προ φόρων από την ΚΑΧ και το σύνολο ιδίων κεφαλαίων από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ)

Π.χ.

Για το 2014

$$=118.947,17/1.028.979,87=0,12$$

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (για να βρούμε αυτόν το δείκτη χρειαζόμαστε το μικτό κέρδος από τη ΚΑΧ και το συνολικό ύψος πωλήσεων από τη ΚΑΧ)

Π.χ.

Για το 2014

$$=526.727,09/247.029,10=2,13$$

### **ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ**

- 1 ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ (για τον δείκτη αυτό χρειαζόμαστε το κυκλοφορούν ενεργητικό από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ και τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ)

Π.χ.

Για το 2014

$$=446.719,94/160.268,90=2,79$$

- 2 ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ (για τον δείκτη αυτό χρειαζόμαστε τα διαθέσιμα + χρεόγραφα + απαιτήσεις από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ και τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ)



Π.χ.

Για το 2014

$$=(61.377,88+380.209,30)/160.268,90=441.587,18/160.268,90=2,75$$

## **ΜΟΧΛΕΥΣΗ**

- 1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΧΡΕΟΣ : για τον δείκτη αυτόν θέλουμε μακροπρόθεσμο χρέος από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ και το μετοχικό κεφάλαιο μαζί με τα αποθεματικά από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ .

Για το 2014

$$=595.592,85/ (540.715,05+26.672,61)=595.592,85/566.847,66=1,05$$

- 2 ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ: (χρειαζόμαστε πάγια περιουσιακά στοιχεία από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ και σύνολο ενεργητικού από τον ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟ)

Π.χ.

Για 2014

$$=1.343.764,95/1.790.484,90=0,75$$

Αυτή τη διαδικασία την κάνουμε και για το 2013,2012 και 2011 για το συγκεκριμένο ξενοδοχείο. Βέβαια στη συγκεκριμένη εργασία πήραμε και άλλα 29 τυχαία ξενοδοχεία της Κρήτης και κάναμε την διαδικασία αυτή για τα τέσσερα έτη και στο τέλος υπολογίσαμε το ΜΕΣΟ ΟΡΟ για κάθε δείκτη

## 4.1 ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ

### 4.1.1. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

Στο παρόν τμήμα του κεφαλαίου θα εξεταστούν οι τρεις δείκτες αποδοτικότητας που αναφέρθηκαν και παραπάνω, δηλαδή ο δείκτης αποδοτικότητας του συνολικού ενεργητικού, ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και ο δείκτης αποδοτικότητας πωλήσεων.

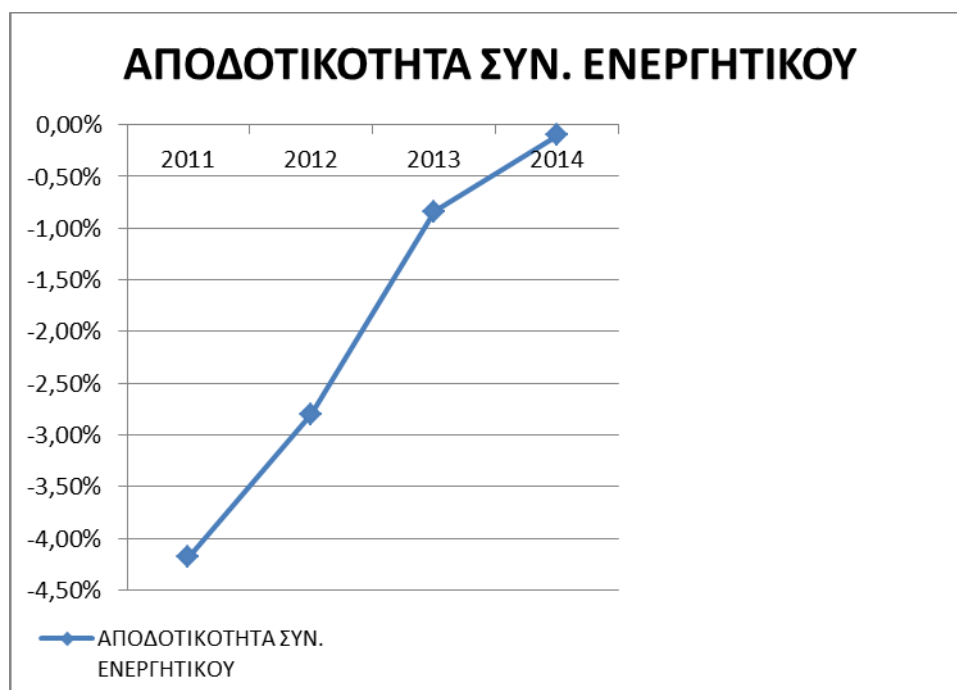
Ο δείκτης αποδοτικότητας του συνολικού ενεργητικού όπως ειπώθηκε και προηγούμενα εξετάζει την απόδοση την επιχείρησης ως προς το συνολικό κεφάλαιο που έχει επενδυθεί στην επιχείρηση. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στοιχεία για τον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων από το 2011 έως και το 2014.

Πίνακας 10: Αποδοτικότητα συνολικού ενεργητικού

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	-4,18%	-2,80%	-0,84%	-0,10%

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8: Αποδοτικότητα συνολικού ενεργητικού



Όπως φαίνεται ξεκάθαρα και από τα στοιχεία του πίνακα, οι αποδόσεις του συνολικού ενεργητικού είναι αρνητικές όλα τα χρόνια, ωστόσο όσο υπάρχει μια πτωτική πορεία. Αυτό συμβαίνει καθώς λόγω της οικονομικής κρίσης οι περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα παρουσίασαν ζημιές κατά τα τελευταία χρόνια. Η πορεία ωστόσο του δείκτη είναι θετική καθώς το ποσοστό μειώνεται κινούμενοι από το 2011 στο 2014. Βλέπουμε ότι από το - 4,18% η απόδοση οδηγείται στο -0,10% πράγμα που εάν συνεχιστεί θα μεταφραστεί σε θετικό ποσοστό την επόμενη χρονιά, δηλαδή κέρδη για τις επιχειρήσεις.

Το στοιχείο αυτό φαίνεται ξεκάθαρα και στο διάγραμμα που παρουσιάστηκε παραπάνω. Στον οριζόντιο άξονα βρίσκονται τα έτη και στον κατακόρυφο εμφανίζονται οι τιμές του δείκτη. Η πορεία του δείκτη ακολουθεί μια αυξητική τάση από το 2011 έως και το 2014 και είναι εμφανές ότι οδηγείται σε θετικά επίπεδα τα επόμενα χρόνια.

Εάν θέλουμε να συνδέσουμε την εικόνα του δείκτη αποδοτικότητας του συνολικού ενεργητικού με την πορεία του τουρισμού που παρουσιάστηκε στα αρχικά κεφάλαια, βλέπουμε ότι η αυξητική τάση στην τουριστική κίνηση μεταφράζεται σε βελτίωση και των οικονομικών αποτελεσμάτων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, σύμφωνα τουλάχιστον με τον συγκεκριμένο δείκτη.

#### 4.1.2. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Μετά τον δείκτη αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού, ένας δείκτης αποδοτικότητας πολύ σημαντικός είναι αυτός της αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων. Ο συγκεκριμένος δείκτης μετράει την απόδοση που προσφέρει η επιχείρηση σε σχέση με τα ίδια κεφάλαια που έχουν επενδυθεί από τους μετόχους.

Στον πίνακα 11 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στοιχεία από το 2011 έως το 2014 ξανά για τον ξενοδοχειακό κλάδο. Τα στοιχεία του δείκτη αυτού εμφανίζουν ακριβώς τα ίδια αποτελέσματα με τον δείκτη απόδοσης συνολικού ενεργητικού. Εμφανίζονται ξανά αρνητικές αποδόσεις με πτωτική τάση ωστόσο.

**Πίνακας 11: Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων**

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ</b>	-5,50%	-3,32%	-1,34%	-0,20%

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

Η διαφορά στον συγκεκριμένο δείκτη από τον δείκτη αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού είναι ότι η διαφορά στην πτώση από το 2011 στο 2014 είναι μεγαλύτερη. Εδώ η τιμή του δείκτη μειώνεται από το - 5,5% στο -0,2% ενώ δηλαδή πτώση 5,3% ενώ στο δείκτη αποδοτικότητας συνολικού ενεργητικού από το -4,18% στο -0,1% δηλαδή πτώση 4,08%.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9: Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων**



Όπως και στον προηγούμενο δείκτη έτσι και εδώ γίνεται εμφανές ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τον ξενοδοχειακό κλάδο, ωστόσο τα τελευταία χρόνια όπου η

ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου είναι ραγδαία και η αύξηση των αφίξεων τουριστών αρκετά μεγάλη, ο τουριστικός κλάδος φαίνεται να επανακάμπτει. Οι ζημιές μειώνονται και υπάρχει η προοπτική για κερδοφορία στο άμεσο μέλλον.

#### 4.1.3. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ο τρίτος δείκτης αποδοτικότητας που εξετάζεται στο παρόν κεφάλαιο είναι αυτός της αποδοτικότητας των πωλήσεων. Ο συγκεκριμένος δείκτης εξετάζει την απόδοση της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις που πραγματοποιεί.

Στον πίνακα 12 και στο διάγραμμα 10 παρουσιάζονται τα στοιχεία για την τετραετία που εξετάζεται. Τα στοιχεία ενώ αρχικά δείχνουν να ακολουθούν την πορεία των δύο προηγούμενων δεικτών ωστόσο το 2014 η πορεία αυτή αλλάζει. Ενώ για την τριετία 2011-2013 φαίνεται να βελτιώνεται η κατάσταση, το 2014 παρουσιάζεται πάλι ένα μεγάλο αρνητικό ποσοστό απόδοσης σε σχέση με τις πωλήσεις.

**Πίνακας 12: Αποδοτικότητα πωλήσεων**

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	-16,14%	-8,74%	-8,64%	-14,44%

**Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα**

Το στοιχείο αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες χωρίς να μπορεί να δοθεί μια συγκεκριμένη απάντηση για την αιτία. Έτσι, τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου δείκτη έρχονται εν μέρει σε αντίθεση με τα αποτελέσματα των δύο προηγούμενων δεικτών.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10: Αποδοτικότητα πωλήσεων**



## 4.2 ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ

### 4.2.1. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας είναι ένας χρηματοοικονομικός δείκτης ο οποίος πληροφορεί για την δυνατότητα που έχει η επιχείρηση να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Συνεπώς υψηλή τιμή του δείκτη δείχνει ότι η επιχείρηση έχει την ευχέρεια να καλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της και προσδίδει φερεγγυότητα και ασφάλεια στην επιχείρηση.

Ο πίνακας που ακολουθεί εμφανίζει τα στοιχεία για την τετραετία που εξετάζεται. Παρατηρώντας τα στοιχεία το πρώτο συμπέρασμα είναι ότι τα ποσοστά που εμφανίζονται είναι πολύ υψηλά. Συνεπώς οι επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου εμφανίζουν αρκετά καλούς δείκτες κυκλοφοριακής ρευστότητας και συνεπώς μπορούν να ανταποκρίνονται με ευκολία στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους.

Πίνακας 13: Κυκλοφοριακή ρευστότητα

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	285,78%	442,12%	347,62%	582,90%

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11: Κυκλοφοριακή ρευστότητα



Το δεύτερο στοιχείο που παρατηρείται είναι ότι η πορεία του δείκτη δεν είναι σταθερή. Η πορεία είναι ανοδική καθώς από το 285,78% το ποσοστό μετατρέπεται

σε 582,90% ωστόσο στο ενδιάμεσο υπάρχει μια αυξομείωση. Το 2013 υπάρχει πτώση στο ποσοστό έναντι του 2012. Παρά την αυξομείωση αυτή, η τάση του δείκτη μοιάζει να είναι ανοδική.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τα αποτελέσματα του δείκτη αυτού είναι δύο. Το πρώτο είναι ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παρουσιάζουν αρκετά υψηλή κυκλοφοριακή ρευστότητα, πράγμα που συνεπάγεται την άνεση στην κάλυψη των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων τους και το δεύτερο ότι η πορεία του δείκτη είναι ανοδική, άρα και η οικονομική κατάσταση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων βελτιώνεται.



#### 4.2.2. ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ

Ο δείκτης της άμεσης ρευστότητας όπως παρουσιάστηκε και σε προηγούμενη παράγραφο μοιάζει αρκετά με τον δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας εκτός της διαφοράς που έχουν στον αριθμητή. Συνεπώς τα αποτελέσματα που θα εμφανίζει ο συγκεκριμένος δείκτης θα πρέπει να ταιριάζουν λογικά με τα αποτελέσματα του δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας.

Στον πίνακα που ακολουθεί βλέπουμε ότι τα αποτελέσματα συμβαδίζουν ακριβώς με τα αποτελέσματα του δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας. Τα ποσοστά είναι περίπου το ίδιο, ελαφρώς μειωμένα καθώς για τον συγκεκριμένο δείκτη ο αριθμητής είναι μειωμένος κατά τα αποθέματα. Τα αποτελέσματα είναι λογικά καθώς οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παρέχουν κυρίως υπηρεσίες με αποτέλεσμα να μην διατηρούν υψηλά αποθέματα. Τα στοιχεία αυτά φαίνονται και στο διάγραμμα παρακάτω το οποίο έχει ακριβώς την ίδια πορεία με το διάγραμμα του δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας.

**Πίνακας 14: Άμεση ρευστότητα**

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ</b>	292,20%	438,70%	345,46%	580,74%

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12: Άμεση ρευστότητα**



### 4.3 ΜΟΧΛΕΥΣΗ

#### 4.3.1. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΧΡΕΟΣ

Οι περισσότερες επιχειρήσεις στην προσπάθεια τους να αναπτυχθούν και να βρουν διαθέσιμους πόρους καταφεύγουν στον δανεισμό. Εφόσον ο δανεισμός κρατείται σε κάποια όρια τότε δεν δημιουργεί πρόβλημα στην επιχείρηση αλλά την βοηθά να αναπτυχθεί. Σε διαφορετική περίπτωση μπορεί να αποτελέσει δυσμενή παράγοντα για την επιχείρηση έως και αιτία κατάρρευσης της επιχείρησης.

Ο δείκτης συνολικού μακροπρόθεσμου χρέους εξετάζει ακριβώς το κομμάτι αυτό. Η τιμή του υπολογίζεται ως το πηλίκο του μακροπρόθεσμου χρέους μιας επιχείρησης προς το συνολικό ύψος των μακροπρόθεσμων κεφαλαίων της επιχείρησης. Στον πίνακα παρακάτω παρουσιάζονται τα στοιχεία από το 2011 έως και το 2014.

Τα στοιχεία του πίνακα αρχικά εξάγουν το συμπέρασμα ότι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν μικρό μακροπρόθεσμο δανεισμό σε σχέση με τα μακροπρόθεσμα κεφάλαια που έχουν στην διάθεση τους. Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε σε μια σημαντική αρχική επένδυση με ίδια κεφάλαια, είτε στην δημιουργία αποθεματικών σταδιακά με τον καιρό είτε στο πολύ μικρό δανεισμό είτε σε έναν συνδυασμό όλων αυτών.

**Πίνακας 15: Συνολικό μακροπρόθεσμο χρέος**

<b>ΕΤΗ</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΧΡΕΟΣ</b>	0,10%	0,08%	0,13%	0,11%

**Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα**

Σε οποιονδήποτε λόγο και αν οφείλονται τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου δείκτη, το σημαντικό είναι ότι η τιμή του δείκτη είναι μικρή. Συνεπώς οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν μια θετική εικόνα ως προς τα επίπεδα δανεισμού και προσδίδουν μια ασφάλεια σε κάποιο ενδιαφερόμενο.

Ένα δεύτερο στοιχείο που προκύπτει από τα στοιχεία αλλά και από το διάγραμμα που ακολουθεί είναι ότι οι τιμές του δείκτη παρέμειναν σχετικά σταθερές με μικρές αυξομειώσεις. Το στοιχείο αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες ξανά. Ένας παράγοντας είναι ότι λόγω της οικονομικής κρίσης μειώθηκε αισθητά ο δανεισμός. Ένας δεύτερος λόγος μπορεί να είναι ότι λόγω της αύξησης της τουριστικής κίνησης, βελτιώθηκε η οικονομική κατάσταση των ξενοδοχειακών μονάδων οπότε μειώθηκε η ανάγκη τους για αύξηση του

δανεισμού. Ένας τρίτος παράγοντας μπορεί να είναι ότι λόγω της οικονομικής κρίσης οι διοικήσεις των επιχειρήσεων αποφάσισαν να οδηγηθούν σε μια πιο συγκρατημένη οικονομική πολιτική χωρίς μεγάλες επενδύσεις. Προφανώς μπορεί να είναι αποτέλεσμα συνδυασμού όλων αυτών των αιτιών ή και άλλων ακόμα.

Σε κάθε περίπτωση πάντως οι τιμές που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος δείκτης είναι θετικές και μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η αύξηση του τουρισμού βοήθησε στην διατήρηση των τιμών σε αυτά τα επίπεδα.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13: Συνολικό μακροπρόθεσμο χρέος**



#### 4.3.2. ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ

Ένας άλλος δείκτης που εξετάζει το δανεισμό – μόχλευση της επιχείρησης είναι αυτός της παγιοποίησης της περιουσίας της επιχείρησης. Ο συγκεκριμένος δείκτης που προκύπτει ως το πηλίκο του πάγιου ενεργητικού προς το σύνολο του ενεργητικού δίδει μια εικόνα για τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί μια επιχείρηση.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μπορεί να παρέχουν κατά κύριο λόγο υπηρεσίες ωστόσο για να μπορέσουν να λειτουργήσουν πρέπει να διαθέτουν τις κατάλληλες εγκαταστάσεις. Συνεπώς θα πρέπει να έχουν γίνει οι κατάλληλες επενδύσεις σε κτήρια, εξοπλισμό, κλπ. οι οποίες και θα επιτρέψουν στην ξενοδοχειακή μονάδα να αναπτυχθεί. Αυτό έχει ως συνέπεια να προσδοκά κανείς ότι ο δείκτης παγιοποίησης της περιουσίας στις ξενοδοχειακές μονάδες θα έχει αρκετά υψηλή τιμή.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στοιχεία για την τετραετία 2011 – 2014 και το πρώτο συμπέρασμα που εξάγεται είναι ότι όντως το ποσοστό παγιοποίησης της περιουσίας είναι αρκετά υψηλό, άνω του 80%.

**Πίνακας 16: Παγιοποίηση περιουσίας**

ΕΤΗ	2011	2012	2013	2014
<b>ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ</b>	86,20%	87,12%	84,78%	85,46%

Πηγή: Επεξεργασία από τον συγγραφέα

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14: Παγιοποίηση περιουσίας**



Όπως ειπώθηκε και παραπάνω το αποτέλεσμα αυτό είναι απολύτως φυσιολογικό καθώς οι επενδύσεις που πρέπει να γίνουν σε πάγιο εξοπλισμό από μια ξενοδοχειακή μονάδα είναι αρκετά υψηλές πριν αυτή ξεκινήσει να λειτουργεί.

Το δεύτερο στοιχείο που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι η πορεία του δείκτη. Την διετία 2012, 2013 οι τιμές του δείκτη παρουσιάζουν μια αυξομείωση ενώ το

2014 επανέρχονται και πλησιάζουν την τιμή του 2011. Επειδή οι επενδύσεις σε πάγιο εξοπλισμό ιδιαίτερα σε κτήρια, εγκαταστάσεις, κλπ δεν είναι εύκολο να μεταβάλλονται από έτος σε έτος καθώς πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό κόστος για την επιχείρηση, θα περίμενε κανείς να υπάρχει μια πιο ομαλή πορεία των τιμών του δείκτη αυτού.

Σε κάθε περίπτωση πάντως η διατήρηση των τιμών του δείκτη σε υψηλά επίπεδα δείχνει ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες διατηρούν ένα πολύ καλό επίπεδο ασφάλειας και φερεγγυότητας. Αυτό διότι μια πτώση της τιμής του δείκτη μπορεί να σήμαινε την πώληση πάγιων στοιχείων ή τη μείωση γενικά πράγμα σίγουρα αρνητικό.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η οικονομική κρίση των τελευταίων ετών επέφερε πάρα πολλά αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομική κατάσταση της χώρας και στην κοινωνία γενικότερα. Ένας από τους κλάδους που πλήγηκε ήταν και αυτός του τουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια ωστόσο φαίνεται το αρνητικό κλίμα να αποδυναμώνεται και την θέση του να λαμβάνει μια θετική προοπτική. Ο κλάδος του τουρισμού, ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας, φαίνεται ότι είναι από τους πρώτους που εισέρχονται σε θετική πορεία.

Τα στατιστικά στοιχεία των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών δείχνουν ότι η τουριστική κίνηση αυξάνεται τα τελευταία χρόνια. Σημαντικό στοιχείο επίσης αποτελεί το γεγονός ότι η ανοδική πορεία αυτή δεν περιορίζεται μόνο σε πολλή μεγάλες τουριστικές – ξενοδοχειακές μονάδες αλλά καταλαμβάνει όλο το εύρος των ξενοδοχειακών μονάδων.

Η μεταστροφή του κλίματος και η θετική τροχιά αυτή πιστοποιείται και από τα οικονομικά στοιχεία που παρουσιάζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Κρήτης. Παρότι το δείγμα στο οποίο πραγματοποιήθηκε η έρευνα είναι πολύ μικρό σε σχέση με το σύνολο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι τιμές των χρηματοοικονομικών δεικτών όλο και βελτιώνονται.

Συνεπώς τα αποτελέσματα από τους δείκτες αφίξεων και διανυκτερεύσεων επαληθεύονται από τα αυτά των χρηματοοικονομικών δεικτών. Προκύπτει έτσι το συμπέρασμα ότι εφόσον δεν υπάρξουν ακραία γεγονότα που θα επηρεάσουν την χρηματοοικονομική κατάσταση, ο τουρισμός θα είναι ένας κλάδος με θετική – ανοδική πορεία.

Σίγουρα το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε παρουσιάζει αρκετές ατέλειες και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να ειπωθεί ότι τα αποτελέσματα που εξάγονται από αυτό χαρακτηρίζουν με βεβαιότητα το σύνολο του κλάδου. Για την αντικειμενικότερη και πιο ασφαλή λήψη αποτελεσμάτων απαιτείται η μελέτη σαφώς μεγαλύτερου δείγματος. Ωστόσο και τα συγκεκριμένα αποτελέσματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μέσο για το περίγραμμα της γενικότερης εικόνας.

Η περίοδος αυτή όμως είναι και μια περίοδος όπου η Κρήτη και η Ελλάδα γενικότερα μπορεί να εκμεταλλευτεί όσον αφορά τον τουριστικό τομέα και να αυξήσει ακόμα περισσότερο τις εισροές τουριστών από όλο τον κόσμο. Πολλές γείτονες χώρες οι οποίες και είναι ανταγωνίστριες στον τουριστικό τομέα αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα και υπάρχει μια μεταστροφή στις προτιμήσεις των τουριστών προς την Ελλάδα. Θα πρέπει να καταβληθεί

προσπάθεια ώστε οι τουρίστες αυτοί να ικανοποιηθούν ώστε να μείνουν ευχαριστημένοι και να μην μετανιώσουν την επιλογή που έκαναν.

Επίσης υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός ξένων τουριστών οι οποίοι ενδιαφέρονται για την αγορά κάποιας τουριστικής κατοικίας στην Ελλάδα και την Κρήτη ειδικότερα με σκοπό να έχουν ένα σπίτι για να μπορούν να επισκέπτονται την χώρα μας όποτε το επιθυμούν. Με τον τρόπο αυτό εκτός από την εισροή κεφαλαίων από το εξωτερικό στην χώρα καθώς η αγορά ενός ακινήτου αποτελεί ενός είδους επένδυση, οι συγκεκριμένοι τουρίστες μπορούν να γίνουν οι καλύτεροι πρεσβευτές και διαφημιστές της Ελλάδας. Μεταφέροντας την ικανοποίηση τους από την αγορά και την διαμονή στην χώρα μας στους οικείους τους στις χώρες από τις οποίες κατάγονται δημιουργούν και σε αυτούς θετικά συναισθήματα για μια επίσκεψη στην Ελλάδα.

Τέλος εκτός από την κλασική μορφή του τουρισμού, τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει και αναπτύσσονται διάφορες άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Μια από τις μορφές αυτές είναι ο αγροτουρισμός, ο οποίος και έχει αρχίσει να αναπτύσσεται με πολύ γρήγορο ρυθμό ιδιαίτερα στην Κρήτη. Μέσω του αγροτουρισμού, ο ξένος αλλά και ο ντόπιος επισκέπτης, γνωρίζουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής και τα παραδοσιακά προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες των κατοίκων της υπαίθρου, της γαστρονομικές γεύσεις, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου. Η μορφή αυτή του τουρισμού βοηθά ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει καλύτερα και πιο πραγματικά τον τόπο που επισκέπτεται.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Παττάς Σάββας, Πανεπιστήμιο Πειραιά, σελ. 2
2. Κοκκώσης Χαράλαμπος. Τσάρτας Πάρις, (2001), «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδ. Κριτική, Αθήνα.
3. Πακαλιά Ιωάννα, (2012), «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού», πτυχιακή εργασία, ΑΤΕΙ Κρήτης, σελ. 9-10
4. Δασίλας Απόστολος, «Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων», MBA ΤΕΙ Σερρών 2011-2012.
5. Χαραλαμπίδης Ιωάννης, «Χρηματοοικονομικοί Δείκτες», Μεταπτ. Προγρ. Σπ. Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων, Πανεπ. Αιγαίου.
6. Γκλεζάκος Μιχαήλ, (2004), «Εισαγωγή στην Ανάλυση της Οικονομικής Κατάστασης των Επιχειρήσεων», Πανεπ. Πειραιώς
7. Ηρειώτης Νικόλαος, (2007), «Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική Λογιστική», Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπ. Αθηνών, σελ. 14
8. Νικάκη Μαρία, Οικονόμου Ανδρέας, (2011), «Η πορεία του τουρισμού στην Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον», πτυχ. εργασία, ΤΕΙ Κρήτης.
9. «Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα», (Ιανουάριος 2013), Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών ερευνών (ΙΟΒΕ).
10. «Η επίδραση του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία», (Σεπτέμβριος 2012), Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών ερευνών (ΙΟΒΕ).
11. «Τομέας της μεταποίησης», (2011), Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων, Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ – ΓΣΕΒΕΕ)
12. «Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα», (Νοέμβριος 2013), Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών ερευνών (ΙΟΒΕ).
13. «Η Ελληνική οικονομία και η απασχόληση», (Αύγουστος 2013), Ινστιτούτο Εργασίας ΓΣΕΕ.
14. «Ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών», (Φεβρουάριος 2012), Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών ερευνών (ΙΟΒΕ).
15. EUROSTAT