

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Δομή και οικονομικά στοιχεία των ξενοδοχείων στο
Νομό Αρκαδίας**

ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ ΑΡ.ΜΗΤΡΩΟΥ: 16288

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΠΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019

ΠΡΟΛΟΓΟΣ - ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας για το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Σε αυτή την εργασία έχουν συνεισφέρει και άλλοι άνθρωποι ώστε να καταφέρει να φτάσει στο τέλος της. Πρώτα απ' όλα, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου Κύριο Παππά Γεώργιο για την καθοδήγηση και την βοήθεια που μου παρείχε κατά την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας. Επιπλέον, να ευχαριστήσω και όλους τους καθηγητές από το ΤΕΙ μας για τις γνώσεις που έχουμε αποκτήσει όλα αυτά τα χρόνια. Καθώς επίσης και τους γονείς μου για την ολόψυχη υποστήριξή τους, στην πιο δύσκολη και πιο σημαντική περίοδο της ζωής μου, για την απόκτηση του πτυχίου μου.

Σας ευχαριστώ πολύ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία στοχεύει στην ανάλυση και την ανάδειξη του τουριστικού φαινομένου διαχρονικά στην περιφέρεια του νομού Αρκαδίας. Αρχικά γίνεται μια συστηματική ανασκόπηση στη βιβλιογραφία. Στη συνέχεια αναλύεται η συμβολή του τουρισμού τόσο στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου όσο και στην οικονομική ευμάρεια της επικράτειας μέσω της εισροής συναλλάγματος και της μείωσης του ελλείμματος του Ισοζυγίου Πληρωμών αλλά και της αύξησης του ποσοστού απασχόλησης του εργατικού δυναμικού. Επίσης μέσα από το δεύτερο κεφάλαιο αναδεικνύονται τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά του νομού.

Στην τρίτη ενότητα αναφέρονται οι παράγοντες επιτυχίας μιας ξενοδοχειακής μονάδας, αναλύονται οι διανυκτερεύσεις τεσσάρων ετών ανά μήνα καθώς αναφέρεται η swot ανάλυση του νομού Αρκαδίας. Στην τέταρτη γίνεται μελέτη και ανάλυση ισολογισμών των ξενοδοχειακών μονάδων νομού Αρκαδίας.

Τα κύρια συμπεράσματα στα οποία καταλήγει η έρευνα είναι ότι ο τουρισμός γενικά στη χώρα και όχι μόνο για το νομό της Αρκαδίας είχε μια αρκετή πτώση τα τελευταία χρόνια όσον αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες. Υπήρξε όπως θα δούμε και στη συνέχεια της εργασίας μια σχετική αύξηση της κινητικότητας των ημεδαπών τουριστών προς τον συγκεκριμένο νομό κυρίως τους χειμερινούς μήνες. Αρκετά από τα ξενοδοχεία (κάποια από αυτά έχουν πλήρη ανάλυση των οικονομικών τους στο 4^ο κεφάλαιο) είχαν χαμηλότερο κέρδος κατά την περίοδο της κρίσης σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, καθώς επίσης και κάποια αναγκάστηκαν να κλείσουν διότι ο κόσμος έψαχνε για πιο οικονομικά καταλύματα, έως και κάμπινγκ λόγω των οικονομικών προβλημάτων των τελευταίων ετών.

Θα χρειαστεί να γίνουν ακόμη κάποιες βελτιώσεις στο νομό ώστε να προσελκύει περισσότερο κόσμο, καθώς επίσης και να τον «κρατάει εκεί» με διάφορους τρόπους διασκέδασης, πρωτότυπους και μη, οικονομικά προσιτούς ώστε να γίνει ένας ακόμα πιο διαδεδομένος προορισμός.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	6
ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
Κεφάλαιο 1.....	10
Ο ρόλος του Τουρισμού για την οικονομική ανάπτυξη της ελληνικής περιφέρειας. .	11
1.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	11
1.2 Η συμβολή του Τουρισμού στην Οικονομία της Ελλάδας.....	12
1.3 Η συμβολή του Τουρισμού στην απασχόληση.....	13
1.4 Ο ρόλος του τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	14
1.5 Η Συμβολή του Τουρισμού στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν.....	16
1.6 Το περιβάλλον μιας τουριστικής επιχείρησης.....	19
Κεφάλαιο 2.....	25
Οικονομική Ανάλυση τουρισμού στον Νομό Αρκαδίας.....	25
2.1 Στατιστικά Στοιχεία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στο Περιφερειακό Διαμέρισμα της Πελοποννήσου.....	25
2.2 Ο τουρισμός στον Νομό της Αρκαδίας	30
Κεφάλαιο 3.....	38
Παράγοντες επιτυχίας μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης.....	38
3.1 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα.....	38
3.2. Αποστολή Ξενοδοχείων Νομού Αρκαδίας.....	42
3.3. Χρονολογική Ανάλυση Διανυκτερεύσεων Ξενοδοχείων Νομού Αρκαδίας.....	42
3.4 SWOT Ανάλυση Νομού Αρκαδίας	45
Τα ισχυρά σημεία του νομού Αρκαδίας (Strengths).....	45

Τα αδύνατα σημεία του νομού Αρκαδίας (Weaknesses).....	46
Οι ευκαιρίες του νομού Αρκαδίας (Opportunities).....	46
Οι απειλές για το νομό (Threats)	47
Κεφάλαιο 4.....	47
Ανάλυση Ισολογισμών Ξενοδοχειακών Μονάδων Νομού Αρκαδίας	48
4.1 Ανάλυση Ισολογισμού Ξενοδοχείου – «ΑΙΓΛΗ-BYTINA»	48
4.2 Ανάλυση Ισολογισμού – Λεβίδι Σουίτες Τρίπολη	53
4.3 Ανάλυση Ισολογισμού – Νερίδα.....	54
4.4 Ανάλυση Ισολογισμού – Παραδοσιακός Ξενώνας ΚΑΖΑ	599
4.5 Ανάλυση Ισολογισμού – ΤΡΙΠΟΛΗ CITY	63
4.6 Ανάλυση Ισολογισμού – ΑΛΕΞ Τρίπολη.....	69
4.7 Ανάλυση Ισολογισμού- GALAXY HOTEL	73
4.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.....	82
1. ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΙΟΝ.....	87
2. Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	88
3. ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE) ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ.....	920
4. Η ΜΑΡΚΑ (ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ).....	93
1 Η ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ	933

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΔΝΤ - Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

ΑΕΠ – Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

Ε.Ε. – Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΣΥΕ – Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

ΕΛΣΤΑΤ – Ελληνική Στατιστική Αρχή

ΕΟΤ – Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

WTTC – World Travel and Tourism Council

Γ.Ε.Μ.Η. - Γενικό Εμπορικό Μητρώο

ΣΕΤΕ – Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ

Οι διαπιστώσεις, τα αποτελέσματα, τα συμπεράσματα και οι πιθανές προτάσεις της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας, εκτός των αναφορών που σημαίνονται ως λήμματα, αποτελούν προσωπικές θεωρητικές ή εμπειρικές διαπιστώσεις του φοιτητή/φοιτήτριας ή της ομάδας των φοιτητών που την επιμελήθηκαν και δεν απηχούν κατ' ανάγκη τη γνώμη του εισηγητή εκπαιδευτικού, ή του Εκπαιδευτικού Προσωπικού του Τμήματος Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής ή του Α.Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός, είναι μια διεθνοποιημένη δραστηριότητα, η οποία εντάσσεται σε διαφορετικούς κάθε φορά τόπους και μέσα από την εφαρμογή της, επιτυγχάνεται η τοπική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής στην οποία εφαρμόζεται. Αξίζει να αναφερθεί, ότι αποτελεί την βαριά βιομηχανία της Ελλάδας και συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία τόσο σε εθνικό, όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Αν και ο ρόλος και η συμμετοχή του τουρισμού ως επιχειρηματική δραστηριότητα διαφέρει πολύ στα κράτη - μέλη, ωστόσο συνεισφέρει σημαντικά στο εθνικό ΑΕΠ όλων των κρατών – μελών (ΣΕΤΕ 1992). Επιπλέον, δημιουργεί τις προϋποθέσεις μιας στερεής βάσης για την δραστηριότητα της Ελλάδας στον συγκεκριμένο τομέα, μέσα από την συντομότερη και αποτελεσματικότερη ανάπτυξη της κάθε περιφέρειας και της σύγκλησης των περιφερειών. (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., 2002)

Τα πλεονεκτήματα που διαθέτει η Ελλάδα, μας εξηγούν την μέχρι τώρα τουριστική της ανάπτυξη ενώ παράλληλα παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές για μεγαλύτερη εξέλιξη του τουρισμού. Η τουριστική ανάπτυξη σε συνδυασμό με την σωστή αξιοποίηση των τοπικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η χώρα (αρχαιολογικά μνημεία, φυσικά τοπία, πολιτισμός, χλωρίδα, φιλοξενία κ.λπ.), στην βάση μιας βιώσιμης και ισόρροπης οικονομικής και τουριστικής άνθισης, είναι ο απώτερος σκοπός της χώρας μας. (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., 2002)

Ο τουριστικός κλάδος δεν είναι μόνο ένας από τους μεγαλύτερους, αλλά παράλληλα και από τους κυριότερους της ελληνικής οικονομίας, τόσο επειδή δημιουργεί μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, αλλά και λόγω του ρόλου που καλείται να αναλάβει στην οικονομία της χώρας στο άμεσο μέλλον. (Νικάκη Μ., Οικονόμου Α., 2011)

Μέσα από στοιχεία που έχουν καταγραφεί (ΕΣΥΕ, ΕΟΤ) η ενσωμάτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ ανέρχεται σε ποσοστό πάνω από το 9%, ενώ στους άδηλους πόρους η συμμετοχή αυτή ξεπερνάει το 31%, οδηγώντας έτσι στην κάλυψη του εμπορικού ελλείμματος με ποσοστό κατά 34%. Ο τουρισμός όπως έχει εκτιμηθεί καταναλώνει επίσης, προϊόντα άλλων παραγωγικών κλάδων σε ποσοστό που αναλογεί σε 16% επί του ΑΕΠ. Όπως έχει επισημανθεί από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς ωστόσο, η συμμετοχή του τουρισμού στην εθνική οικονομία δεν έχει καταγραφεί επίσημα και είναι κατά πολύ υψηλότερη. (www.eot.gr).

Ανάμεσα στους 9 εκείνους κλάδους που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα, ο ξενοδοχειακός είναι εκείνος που κατέχει την σημαντικότερη θέση στην τουριστική υποδομή. (Νικάκη Μ., Οικονόμου Α., 2011).

Η εικόνα και τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που εμφανίζει ο ξενοδοχειακός κλάδος στις μέρες μας, κατηγοριοποιούν τα ξενοδοχεία ανάλογα με την περιοχή, την θέση και τα χαρακτηριστικά της, σε αστικά, τα οποία είναι εγκατεστημένα σε αστικά κέντρα και λειτουργούν σε δωδεκάμηνη βάση και στα εποχιακά ως προς την λειτουργία ξενοδοχεία, τα οποία είναι γεωγραφικά διάσπαρτα στην ευρύτερη περιφέρεια και τα περισσότερα είναι εγκατεστημένα σε νησιώτικες ή παραθαλάσσιες περιοχές.

Στις ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες είναι εγκατεστημένες σε περιοχές διαφορετικής τουριστικής δραστηριότητας, παρατηρούνται και διαφορετικά γνωρίσματα σε σχέση με την δομή λειτουργίας τους και της οικονομική τους απόδοση. Ο τουριστικός κλάδος σε εκείνες τις περιοχές αποτελεί το κυριότερο τμήμα της οικονομικής βάσης και αποκαλούνται ως “κορεσμένες” και ως “Περιοχές Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης”.

Στις παραπάνω περιοχές είναι συγκεντρωμένο το 70% του ξενοδοχειακού δυναμικού της Ελλάδας. (Πατσουράτης Β.Α, 2002) Τα ξενοδοχεία της χώρας στο πρόσφατο παρελθόν ταξινομούνταν σε έξι διαφορετικές κατηγορίες μέσα από κριτήρια που σχετίζονταν με την κατασκευή τους και δεν αφορούσαν όμως την ποιότητα των υπηρεσιών που παρείχαν. (www.eot.gr).

Η εφαρμογή του συστήματος διάκρισης των ξενοδοχειακών μονάδων υπολογίζεται ότι συντέλεσε σε μια νέα και περισσότερο κοντινή στην πραγματικότητα εικόνα της ξενοδοχειακής υποδομής, με σημαντικά πλεονεκτήματα τόσο για τους επιχειρηματίες όσο και για τους καταναλωτές. Οι αλλαγές αυτές προκάλεσαν καθοριστικές επιπτώσεις στην τιμολογιακή πολιτική των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που αποτελεί και τον “ακρογωνιαίο λίθο” στην πορεία τους, με δεδομένο το μη ουσιαστικό ρόλο που διαδραματίζουν οι πίνακες των ελάχιστων τιμών που εκδίδονται κάθε χρόνο από τον ΕΟΤ σε συνεργασία με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.

Ο κάθε επιχειρηματίας ακολουθεί συγκεκριμένη τιμολογιακή πολιτική η οποία καθορίζεται κυρίως από τη διαπραγματευτική ικανότητα της εκάστοτε ξενοδοχειακής επιχείρησης, με βάση την οικονομική της κατάσταση, την χώρα προέλευσης των πελατών της, το προϊόν το οποίο εμπορεύεται, και γενικότερα τους μελλοντικούς στόχους που έχει θέσει στον τομέα των συνεργασιών με τους 10 τουριστικούς πράκτορες (Tour Operators), που κατέχουν και το

μεγαλύτερο μέρος της πελατείας της ελληνικής ξενοδοχειακής αγοράς. (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., 2002)

Οι παράγοντες που διαμορφώνουν την τιμή του “πακέτου” διακοπών είναι συνήθως πολλοί και διάφοροι, όπως η εποχιακή περίοδος στην οποία επιθυμεί ο ενδιαφερόμενος πελάτης να ταξιδέψει , δηλαδή αν πρόκειται για περίοδο τουριστικής αιχμής ή όχι, το χρονικό διάστημα στο οποίο αποφασίζει να πραγματοποιήσει τις διακοπές του, καθώς και η πληρότητα της ξενοδοχειακής μονάδας που επιλέγει σε συνάρτηση με την τουριστική κίνηση που επικρατεί στην χώρα προορισμού. Επιπλέον η τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζεται τα τελευταία χρόνια, διαμορφώνεται από έναν άλλο εξίσου σημαντικό παράγοντα και αφορά την δυναμική εκείνη την οποία έχει ο ελληνικός προορισμός στις διεθνείς αγορές. (Πατσουράτης Β.Α, 2002)

Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα, ότι λαμβάνεται σοβαρά υπόψη το επίπεδο των υποδομών, το είδος των καταλυμάτων, η γεωμετρική απόσταση από τις χώρες προέλευσης, η διαφημιστική προβολή που επιτυγχάνεται και το είδος του τουρισμού που προωθείται, οι δημόσιες σχέσεις, αλλά και η ισοτιμία μεταξύ του νομίσματος της χώρας προέλευσης (π.χ. δολάριο) και του ευρώ καθώς και η διαφορά του κατά κεφαλή εισοδήματος των χωρών της Ε.Ε. και Ελλάδας.

Κεφάλαιο 1.

Ο ρόλος του Τουρισμού για την οικονομική ανάπτυξη της ελληνικής περιφέρειας.

1.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Στην ελληνική οικονομία, η σημασία του τουρισμού αναγνωρίστηκε και έγινε ευρέως κατανοητή από τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής μετά την πρόσφατη οικονομική ύφεση, η οποία ήταν η σοβαρότερη που υπέστη η Ελλάδα τα τελευταία πενήντα χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, μεταξύ του 2008 και του 2013 η χώρα γνώρισε έξι συνεχή χρόνια ύφεσης ως αποτέλεσμα των μέτρων λιτότητας που θεσπίστηκαν για την αντιμετώπιση της κρίσης δημόσιου χρέους με καταστροφικά αποτελέσματα για την ευημερία των πολιτών της. Το 2008, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ ανερχόταν σε 20.795 ευρώ, ενώ το 2013 παρατηρήθηκε πτώση στα 16.302 ευρώ, ήτοι μείωση κατά 21,6% σε μόλις πέντε χρόνια. Επιπλέον, στο ποσοστό ανεργίας σημειώθηκε αύξηση από 7,6% το 2008 σε 26,9% το 2013 και το ακαθάριστο χρέος του δημόσιου τομέα ως ποσοστό του ΑΕΠ από 112,9% το 2008 σε 175,7% το 2013 (ΔΝΤ 2014). Τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία έχουν προφανώς οδηγήσει σε μεγάλη δυσαρέσκεια των Ελλήνων πολιτών που θέτουν τις θεμελιώδεις αρχές για πολιτικές αναταραχές, εκτός εάν το πρόβλημα αντιμετωπιστεί με επιτυχία το συντομότερο δυνατό. (<https://static.eudoxus.gr/books/19/chapter-58519.pdf>)

Ο εισερχόμενος τουρισμός (δηλαδή οι αλλοδαποί που επισκέπτονται την Ελλάδα) αποτελεί το δυναμικό το οποίο μπορεί να δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις που θα βοηθήσουν την Ελλάδα να ξεπεράσει την οικονομική κρίση: εξάλλου, ο εγχώριος τουρισμός (δηλαδή οι Έλληνες που επισκέπτονται περιοχές εκτός της συνήθους κατοικίας τους στην Ελλάδα) αναμένεται να έχει υποστεί έντονη ζημιά εξαιτίας της κρίσης με σημαντικές επιπτώσεις στο εσωτερικό της χώρας· ενώ από την άλλη ενώ ο εξερχόμενος τουρισμός (δηλαδή οι Έλληνες που επισκέπτονται μέρη στο εξωτερικό) έχει αρνητικό αντίκτυπο στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και στις περιορισμένες επιπτώσεις στη συνολική απασχόληση στην Ελλάδα. (<https://static.eudoxus.gr/books/19/chapter-58519.pdf>)

Η εστίαση μόνο στη συνολική κλίμακα των διεθνών αφίξεων του τουρισμού είναι πιθανό να προκαλέσει περισσότερα προβλήματα παρά οφέλη και αυτό είναι κάτι το οποίο φαίνεται ότι η πλειοψηφία των υπευθύνων χάραξης πολιτικής δεν μπορεί να συνειδητοποιήσει. Η θέση που κατέχει η Ελλάδα στον παγκόσμιο κατάλογο του δείκτη ανταγωνιστικότητας του τουρισμού σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (2013), έχει επιδεινωθεί σημαντικά από την αρχή της κρίσης, καθώς η χώρα κατατάχθηκε στην 24η Περιφέρεια το 2009 ανάμεσα σε 140 Χώρες. (<http://www.enikonomia.gr/tourism/>)

Η Ελλάδα φαίνεται να προσφέρει ένα τυπικό, μη εξελιγμένο τουριστικό προϊόν 4S (π.χ. θάλασσα, ήλιο, άμμο και εποχή) χαμηλού κόστους για την ανταγωνιστικότητα των τιμών (127η θέση), ενώ ο αντίκτυπος της γραφειοκρατίας στις ξένες άμεσες επενδύσεις είναι έντονος (133η θέση) ως συνέπεια της έλλειψης διαφάνειας στη χάραξη πολιτικής (118η θέση) και των πολιτικών αντιπαραθέσεων που παρουσιάζονται σε εθνικό και τοπικό επίπεδο. (<http://www.enikonomia.gr/tourism/>)

1.2 Η συμβολή του Τουρισμού στην Οικονομία της Ελλάδας

Ο τουρισμός στις μέρες μας παίζει ουσιαστικό ρόλο στην άνοδο του εθνικού εισοδήματος, στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην αύξηση της απασχόλησης και κατατάσσεται μεταξύ των πιο σημαντικών βιομηχανιών, με ταχείς ρυθμούς αύξησης του κύκλου εργασιών του. Μάλιστα στις χώρες εκείνες με έντονη επισκεψιμότητα τουρισμού από το εξωτερικό, στις οποίες ανήκει και η Ελλάδα, ο τουριστικός τομέας παίζει τον πρωταρχικό ρόλο στην εισροή συναλλάγματος και στη μείωση του ελλείμματος του Ισοζυγίου Πληρωμών. (Πατσουράτης Β.Α, 2002).

Όπως ο κύριος Γιάννης Στουρνάρας ανέφερε: «Πιστεύω ότι η ελληνική οικονομία έχει την ικανότητα και τη δυνατότητα να επιστρέψει σε μια αειφόρο ανοδική πορεία μέσω ενός νέου εξωστρεφούς μοντέλου ανάπτυξης, αξιοποιώντας τα ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. (<http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/>)

Στη διαδικασία αυτή, ο τουρισμός έχει να διαδραματίσει βασικό ρόλο, για τους εξής λόγους:

- Είναι εξ ορισμού μια εξωστρεφής βιομηχανία.

- Έχει καταφέρει να διατηρήσει την παραγωγική του ικανότητα ενώ παράλληλα έχει επηρεαστεί λιγότερο συγκριτικά, από την ύφεση. Μάλιστα από το 2013 και έπειτα, έχει παρουσιάσει αξιόλογες επιδόσεις ανάπτυξης.
- Δεύτερον, αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό μερίδιο του ΑΕΠ. Το 2015, όπως καταγράφηκε οι εισπράξεις από ταξιδιωτικές υπηρεσίες συνέβαλαν άμεσα στο 8% του ΑΕΠ, έναντι 5% το 2008. Μέσα από διάφορες μελέτες που αφορούν μακροοικονομικούς πολλαπλασιαστές έχει παρατηρηθεί ότι κάθε ευρώ στις τουριστικές δαπάνες προσθέτει 2,2-2,6 ευρώ στο ΑΕΠ. Οι κλάδοι που ωφελούνται περισσότερο από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος όπως έχει αναδείξει η έρευνα, είναι το εμπόριο, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, η διαχείριση ακινήτων και η κατασκευή.
- Σχετικά με τις εξαγωγικές επιδόσεις της οικονομίας, οι έρευνες επισημαίνουν ότι για το 2014 οι τουριστικές υπηρεσίες αντιπροσώπευαν περίπου το 43% των συνολικών εσόδων του ισοζυγίου υπηρεσιών, ενώ τα καθαρά κέρδη από τον τουρισμό (έσοδα πλην πληρωμών) αφορούσαν το 62% του πλεονάσματος των υπηρεσιών.
- Στη ναυτιλία λόγω των αρνητικών επιπτώσεων των ελέγχων κεφαλαίου, το έτος 2015, το ύψος των εισπράξεων από τον τουρισμό αυξήθηκε στο 50,6% των συνολικών εσόδων από υπηρεσίες, ενώ τα καθαρά έσοδα από τον τουρισμό αντιστοιχούσαν στο 71% περίπου του πλεονάσματος των υπηρεσιών. (<http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/>)
- Τρίτον, ως επιχειρηματική δραστηριότητα ο τουρισμός εκσυγχρονίζεται και παράλληλα βελτιώνεται η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος, μέσα από την εύρεση νέων αγορών, την προώθηση και εκμετάλλευση του πολιτιστικού προϊόντος της Ελλάδας, τις νέες καινοτόμες μονάδες, την σωστή προώθηση και ανάπτυξη των πόλεων της χώρας. (<http://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/>)

1.3 Η συμβολή του Τουρισμού στην απασχόληση

Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός επιτυγχάνει τα παρακάτω :

- Οδηγεί στην άμεση αύξηση της απασχόλησης στις επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού, όπως είναι για παράδειγμα τα ξενοδοχεία, οι αεροπορικές εταιρείες, οι επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, κλπ.
- Συντελεί έμμεσα στην αύξηση της απασχόλησης στους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω κλάδους, όπως είναι η μεταποίηση, οι επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, χρηματοδοτικές επιχειρήσεις, γεωργία κ.α.
- Συμβάλλει επίσης στην έμμεση αύξηση της απασχόλησης δυναμικού σε τομείς που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες και ανήκουν στο δημόσιο τομέα (Πατσουράτης, 2002).

Την τελευταία εικοσαετία η αύξηση της απασχόλησης στην τουριστική οικονομία για την Ελλάδα, όπως αναφέρει μελέτη του ΣΕΤΕ, ήταν 87%, έναντι 9,2% της συνολικής απασχόλησης και μείωσης 15% στη μεταποίηση.

Συσχετίζοντας τη μεταβολή της τουριστικής ζήτησης με τα μεγέθη της απασχόλησης, είχε υπολογιστεί ότι μέχρι το 2010, θα είχαν δημιουργηθεί προϋποθέσεις για τουλάχιστον 150.000 νέες θέσεις απασχόλησης μέσα από τον τουριστικό κλάδο, καλύπτοντας λέγοντας περίπου το 35% του αριθμού ανέργων το 2010 (ΣΕΤΕ, 2003).

Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, το γεγονός ότι σύμφωνα με τα στοιχεία του WTTC, η σχέση του μεγέθους απασχόλησης στην τουριστική οικονομία προς την άμεση απασχόληση στον τουρισμό, διευρύνεται, αργά αλλά σταθερά, από 2.64 το 1997 σε περίπου 3.0 το 2010. Αυτό σημαίνει ότι προκύπτουν επιπλέον, τουλάχιστον 2,6 έως 3 θέσεις απασχόλησης στην οικονομία γενικά για κάθε θέση άμεσης απασχόλησης στον τουρισμό (WTTC, 2003).

Εξετάζοντας την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας μέσα από την πολύπλευρη συμβολή του τουριστικού τομέα, θα πρέπει να επισημανθεί η σπουδαία συμβολή του στην περιφερειακή ανάπτυξη.

1.4 Ο ρόλος του τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη

Στην συγκεκριμένη ενότητα, διερευνάται και εξετάζεται η σημασία που έχει ο τουρισμός στην ανάπτυξη των περιφερειών, ενώ έπειτα ακολουθεί αναφορά στον ΑΕΠ και την Περιφερειακή Ανάπτυξη μέσα από την συμβολή του τουριστικού τομέα.

Παραθέτονται επιπλέον, οικονομικά στοιχεία και στη συνέχεια εξετάζεται με ποιο τρόπο συμβάλλει η τουριστική πολιτική στην περιφερειακή ανάπτυξη. Επίσης αναφέρεται παρακάτω και στην αντίστοιχη συμβολή του τουριστικού σχεδιασμού στην περιφερειακή ανάπτυξη. (Πατσουράτης Β.Α, 2002)

Ο τουρισμός είναι εφικτό να αποτελέσει μοχλό προόδου για πολλές περιφέρειες αναπτυσσόμενων, κυρίως, χωρών όπως έχει αποδειχθεί ανάλογα με το πλαίσιο συνθηκών. Αυτό οφείλεται στην ιδιαίτερη φύση του τουρισμού που έχει ως χαρακτηριστικό γνώρισμα να αναπτύσσεται, κατά κύριο λόγο, σε περιφερειακό επίπεδο και στη δυναμική που διαθέτει να ενεργοποιεί την αναπτυξιακή διαδικασία, προκαλώντας σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις στην παραγωγική βάση της περιφερειακής οικονομίας.

Η αποκεντρωμένη δομή του τουρισμού είναι ιδιαίτερα φανερή στην περίπτωση της Ελλάδας όπου το πλήθος των νησιών που διαθέτει, η γεωγραφική κατανομή των πολιτιστικών της πόρων και των φυσικών της στοιχείων σε ολόκληρο τον εθνικό χώρο αποτελούν την «πρώτη ύλη» της τουριστικής βιομηχανίας.

Η δομή αυτή καθιστά τον τουρισμό μια κατεξοχήν οικονομική δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την περιφερειακή ανάπτυξη (Λαγός, 1998).

Ένα ακόμα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό των θέσεων εργασίας στον τουριστικό κλάδο είναι ότι οι περισσότερες θέσεις καταλαμβάνονται από γυναίκες, νέους, οικονομικούς μετανάστες, καθώς και άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εξειδίκευσης. Το γεγονός αυτό οφείλεται στον υψηλό βαθμό εποχικής απασχόλησης και στις ευέλικτες συνθήκες εργασίας.

Η ευελιξία αυτή του εργατικού δυναμικού πρέπει ωστόσο να συνοδεύεται από κατάλληλα μέτρα για την ασφάλεια της θέσης εργασίας και την εξέλιξη των δεξιοτήτων του.

Αυτό αποτελεί χαρακτηριστικό που ταιριάζει ιδιαίτερα με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έχει σκοπό να ενισχύσει και να ωφελήσει τις κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.

Η δημογραφική εξέλιξη των περιφερειών του ελλαδικού χώρου αποδεικνύει έμπρακτα ότι στις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές, όχι μόνο συγκρατείται ο πληθυσμός τους αλλά δέχονται και ένα ολοένα αυξανόμενο αριθμό εποχιακών εργατών από την υπόλοιπη χώρα (Λαγός, 1998). Εκτός από τη συμβολή που έχει ο τουρισμός στον τομέα της απασχόλησης, ιδιαίτερη αξία έχει και η αναφορά στις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού και η συμβολή τους στη αύξηση των εισοδημάτων.

Αν μπορεί να οριστεί ως αρχική τουριστική δαπάνη το σύνολο των δαπανών για την αγορά τουριστικών υπηρεσιών που πραγματοποιεί ο τουρίστας στον τόπο των διακοπών του, έχει εξεταστεί ότι τα χρήματα της δαπάνης αυτής περνούν στη συνέχεια από πολλά χέρια δημιουργώντας ταυτόχρονα εισόδημά.

Σαν συνέπεια ο αγρότης βρίσκει μια διευρυμένη αγορά για τα προϊόντα του με τα οποία προμηθεύει τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια. Αντίστοιχα, ο βιοτέχνης βρίσκει μια ποσοτικά διευρυμένη αγορά για την διοχέτευση των 21 προϊόντων του, ενώ παράλληλα βρίσκει πρόσφορο έδαφος ανάπτυξης η οικοτεχνία που στηρίζει συμπληρωματικά το εισόδημά αρκετών αγροτικών οικογενειών. (Λαγός, 1998)

1.5 Η Συμβολή του Τουρισμού στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν

Σύμφωνα με μελέτη που δημοσίευσε το Ινστιτούτο Έρευνας (SETE Intelligence), το ερευνητικό τμήμα της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Τουρισμού, παρατηρήθηκε ότι ο τουρισμός συνέβαλε άμεσα με το ΑΕΠ κατά 17 δις ευρώ για το ΑΕΠ το 2014 ή περίπου 9% του συνολικού ΑΕΠ της Ελλάδας.

Η μελέτη αποκάλυψε ότι η άμεση και έμμεση συμβολή του στην οικονομία ανέρχεται στο 20-25% του ΑΕΠ (η συνολική συμβολή του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ εκτιμάται μεταξύ 37 και 45 δις. ευρώ).

Ο τουρισμός το 2014 παρουσίασε αύξηση 11,3% ή 1,8 δις. ευρώ (αύξηση από 15,2 δις. ευρώ άμεσης συνεισφοράς στο ΑΕΠ το 2013 σε 17 δις. ευρώ το 2014) όπως προέκυψε από την μελέτη, ενώ υπολογίζεται ότι το συνολικό ΑΕΠ μειώθηκε κατά 3,5 δις. ευρώ σε ονομαστικούς όρους και αυξήθηκε κατά περίπου 0,6% σε πραγματικούς όρους λόγω του αποπληθωρισμού.

Εστιάζοντας στα έμμεσα οφέλη του τομέα, η μελέτη αποκάλυψε ότι κάθε 1 ευρώ τουριστικής δραστηριότητας παράγει πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα από 1,2 έως 1,65 ευρώ. Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά 2,2 έως 2,65 ευρώ για κάθε 1 ευρώ τουριστικών εσόδων.

Ο ΣΕΤΕ επισήμανε στη μελέτη ότι ο τουρισμός συμβάλλει άμεσα περίπου στο 50% του ΑΕΠ των νησιωτικών περιοχών της Κρήτης, του Νότιου Αιγαίου και του Ιονίου. "Αυτές οι περιοχές είναι μεταξύ εκείνων με το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη χώρα, υποστηρίζοντας την

άποψη ότι ο τουρισμός οδηγεί σε βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των περιοχών στις οποίες αναπτύσσεται", σημειώνει ο ΣΕΤΕ.

Σχετικά με την συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση ήταν υπεύθυνη για το 30% των θέσεων αμειβόμενης απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα., κατά τη διάρκεια της περιόδου αιχμής, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας στη βιομηχανία τροφίμων.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία για το 2014, τα οποία καλύπτουν τους πρώτους 11 μήνες του έτους, παρατηρήθηκε αύξηση κατά 23% των αφίξεων που αφορούν τον εισερχόμενο τουρισμό και αύξησης των εσόδων κατά 13% σε σύγκριση με το 2013.

"Λαμβάνοντας υπόψιν ότι η περίοδος Ιανουαρίου-Νοεμβρίου αποτελεί το 98% των (συνολικών) αφίξεων του τουρισμού και το 99% των εσόδων, εκτιμάται ότι το 2014 οι αφίξεις θα πλησιάσουν τα 22 εκατομμύρια και οι εισπράξεις από τον τουρισμό θα ανέλθουν σε περίπου 13,2 δισεκατομμύρια ευρώ. Και τα δύο αυτά στοιχεία αποτελούν ρεκόρ για τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα. " (International Publications LTD).

Οι δαπάνες ταξιδιού αναψυχής (εισερχόμενες και εγχώριες) αποκτούν μεγαλύτερη σημασία σε ότι αφορά τις διάφορες συνιστώσες του ταξιδιού και του τουρισμού, δημιουργώντας το 93,7% του ΑΕΠ άμεσου ταξιδιού και του τουρισμού το 2013, σε σύγκριση με το 6,3% που καταγράφηκε για τις επιχειρηματικές μετακινήσεις.

Οι δαπάνες που αφορούν ταξίδια αναψυχής αναμένεται να αυξηθούν κατά 4,4% φέτος, φθάνοντας τα 20,2 δισ. ευρώ, ενώ οι δαπάνες σχετικά με επαγγελματικά ταξίδια αναμένεται να μειωθούν κατά 1,5%.

Επιπλέον, σημειώθηκε ότι οι δαπάνες των ξένων επισκεπτών στην Ελλάδα αντιπροσώπευαν το 2013 το 57% του ΑΕΠ άμεσου ταξιδιού και του τουρισμού το 2013, ενώ οι εγχώριες ταξιδιωτικές δαπάνες δημιούργησαν μόνο το 43%. Το τελευταίο αναμένεται να μειωθεί φέτος, κατά 4,3%, ενώ οι εξαγωγές επισκεπτών αναμένεται να αυξηθούν κατά 6,6%.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην 27η θέση, από τις 184 χώρες, στην κατάταξη του περασμένου έτους που παρείχε η έκθεση WTTC και που βασίζεται στη σχετική σημασία της συνολικής συμβολής

των μετακινήσεων και του τουρισμού στο ΑΕΠ, σε απόλυτα μεγέθη. Η χώρα βρίσκεται επίσης στην 134η θέση όσον αφορά την ανάπτυξη για το 2014 και την 121η θέση όσον αφορά τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.

Από τη σύγκριση των προαναφερόμενων μεγεθών με τα αντίστοιχα στις χώρες - μέλη της Ε.Ε. διαπιστώνουμε ότι η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και την απασχόληση στην Ελλάδα το 2006 ήταν από τις υψηλότερες, μετά την Ισπανία (ΑΕΠ: 17,8%, Απασχόληση: 19,1%), την Πορτογαλία (ΑΕΠ: 15,5%, Απασχόληση: 17,7%), την Κύπρο (ΑΕΠ: 23,3%, Απασχόληση: 29,7%), την Αυστρία (ΑΕΠ: 16,6%, Απασχόληση: 19,1%) και την Κροατία (ΑΕΠ: 20,1%, Απασχόληση: 23,1%).

Στο τέλος του 2007, όπως προκύπτει από στατιστικά στοιχεία η Ελλάδα διέθετε 9.207 ξενοδοχειακές μονάδες με 700.933 κλίνες, παρουσιάζοντας περίπου σταθερή διαχρονική αύξηση κατά την τελευταία δεκαετία. Από άποψη συγκέντρωσης μονάδων - κλινών αλλά και ποιοτική (τάξεις, κλίμακα μονάδων) παρατηρούνται σημαντικές περιφερειακές (γεωγραφικές) ανισότητες.

Οι περισσότερες κλίνες συγκεντρώνονται, κατά φθίνουσα σειρά, στην Κρήτη, τα Δωδεκάνησα, τη Μακεδονία, τη Στερεά Ελλάδα (μαζί με την Αττική), τα Ιόνια Νησιά, την Πελοπόννησο και τις Κυκλάδες (www.eot.gr) .

Οι κύριες αφετηρίες των τουριστικών ρευμάτων προς την Ελλάδα παραμένουν οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Επίσης ο βαθιός προτίμησης για την Ελλάδα των τουριστών με προέλευση τις χώρες της ανατολικής Ευρώπης είναι υψηλότερος έναντι των λοιπών ευρωπαϊκών μεσογειακών χωρών (www.kathimerini.gr).

1.6 Το περιβάλλον μιας τουριστικής επιχείρησης

Ο τουρισμός όπως κατανοούμε και από τις προηγούμενες ενότητες, είναι μια επιχειρηματική δραστηριότητα με οικονομικά οφέλη. Κάθε επιχείρηση μπορεί να χωριστεί σε τρία μέρη, στο εσωτερικό περιβάλλον, στο εξωτερικό και στο μάκρο - περιβάλλον.

Το εσωτερικό περιβάλλον είναι το κυριότερο κομμάτι κάθε επιχειρησιακού περιβάλλοντος και αποτελείται από την ίδια την επιχείρηση, τους εργαζόμενους και τους μετόχους ή ιδιοκτήτες. Μια τουριστική επιχείρηση επηρεάζεται και από το εξωτερικό της περιβάλλον και τις δυνάμεις που δρουν σε αυτό, δηλαδή τρίτους οι οποίοι έρχονται σε επαφή με την επιχείρηση. Το εξωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει τους προμηθευτές, τους πελάτες τους ανταγωνιστές, την τοπική και ευρύτερη κοινωνία, και τους μεσολαβητές. Το μάκρο - περιβάλλον αποτελείται από το οικονομικό περιβάλλον, το πολιτικό περιβάλλον, το δημογραφικό περιβάλλον, το φυσικό και δομημένο περιβάλλον και το πολιτιστικό περιβάλλον.

Πιο αναλυτικά:

Το Εσωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει:

- Την επιχείρηση:

Η λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης για να μπορεί να χαρακτηριστεί ως επιτυχημένη, θα πρέπει η διεύθυνση της να καθοδηγεί και να συντονίζει, να σχεδιάζει την πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί, να παίρνει αποφάσεις και να φροντίζει για την ομαλή λειτουργία της η οποία επιτυγχάνεται μέσω της αποτελεσματικής συνεργασίας και καθοδήγησης στα διάφορα τμήματα. Δύο ομάδες που επηρεάζουν άμεσα τις λειτουργίες του μανάτζμεντ που ασκείται σε μια επιχείρηση είναι αυτή των εργαζομένων και των μετόχων ή των ιδιοκτητών. (Λαλούμης, Ρούπας 1996)

- Τους εργαζόμενους:

Σε μια τουριστική επιχείρηση, οι εργαζόμενοι αποτελούν τον καθρέπτη μιας επιχείρησης. Οι υπηρεσίες εκεί είναι προσωποποιημένες και πρέπει να δίνεται μεγάλη έμφαση στην ικανοποίηση των εργαζομένων. Στην περίπτωση που οι εργαζόμενοι δεν

είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους , αυτό μπορεί να μεταφράζεται για παράδειγμα σε άσχημες συνθήκες εργασίας, μειωμένες αμοιβές, αφιλόξενο εργασιακό περιβάλλον ή ατελείωτες ώρες εργασίας και έχει ως συνέπεια οι εργαζόμενοι να μην αποδίδουν αποτελεσματικά στην εργασία τους και να αδιαφορούν για την πορεία και την επιτυχία της επιχείρησης. Στην περίπτωση που οι εργαζόμενοι είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους αντίθετα, τότε δίνουν τον καλύτερο τους εαυτό ώστε να αυξήσουν την απόδοση τους και παρουσιάζουν ενδιαφέρον για την επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης. Έτσι, για να υπάρχουν ικανοποιημένοι εργαζόμενοι, είναι σημαντικό να υπάρχουν καλές σχέσεις διοίκησης και εργαζομένων.

Αυτό επιτυγχάνεται με την συνεχή ενημέρωση των εργαζομένων από μέρους της διοίκησης, για αποφάσεις που ενδέχεται να πάρει καθώς επίσης και για τις μελλοντικές κινήσεις της επιχείρησης. Το τμήμα μανάτζμεντ της επιχείρησης, θα πρέπει να αντιμετωπίζει τους εργαζόμενους σαν συνεργάτες να υπάρχει αμοιβαία εμπιστοσύνη και κοινή προσπάθεια για την επίτευξη κοινών στόχων.(Ανδριώτης, 2002)

- Τους ιδιοκτήτες ή τους μετόχους:

Οι ιδιοκτήτες ή οι μέτοχοι μιας τουριστικής επιχείρησης συχνά ασκούν μεγάλη επιρροή στην διοίκηση. Τις περισσότερες φορές είναι η γνώμη των ιδιοκτητών που ακολουθείται σε μια επιχείρηση, παρόλο που κάποιες φορές ο υπεύθυνος διοίκησης μπορεί να μην συμφωνεί. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να ενημερώνεται πολύ συχνά η ιδιοκτησία για την πορεία της επιχείρησης, να ενημερώνεται για τυχόν προβλήματα που αντιμετωπίζει η μονάδα, για τις ανάγκες που ενδέχεται να έχει σε προσωπικό, πρώτες ύλες, κεφάλαιο κ.τ.λ. Επιπλέον να υπάρχει ενημέρωση ως προς τα μελλοντικά σχέδια της διοίκησης ανά τακτά χρονικά διαστήματα για να αποφεύγονται διαφωνίες και παρεξηγήσεις. (Ανδριώτης, 2002).

Το Εξωτερικό περιβάλλον περιλαμβάνει:

- Τους πελάτες:

Μια τουριστική επιχείρηση για να υφίσταται η ύπαρξή της, στοχεύει στο να διατηρήσει και να αυξήσει τους πελάτες που εξυπηρετεί. Είναι σημαντικό λοιπόν, κάθε τουριστική

επιχείρηση να γνωρίζει ανά πάσα στιγμή τις επιθυμίες των πελατών, τις ανάγκες καθώς επίσης και τα καταναλωτικά πρότυπα που υπάρχουν κατά διαστήματα. Έτσι θα μπορούν να γίνουν οι κατάλληλες κινήσεις με σκοπό να παραχθούν τόσο προϊόντα όσο και υπηρεσίες οι οποίες να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών. (Ανδριώτης, 2002).

- Τους προμηθευτές:

Η ομάδα των προμηθευτών αποτελείται από διάφορες επιχειρήσεις ή μεμονωμένους πωλητές οι οποίοι προμηθεύουν την επιχείρηση με πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για την σωστή λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης. Οι προμηθευτές πρέπει να ελέγχονται από την επιχείρηση ως προς τις τιμές τους, οι οποίες πρέπει να είναι όσο πιο χαμηλές γίνεται, για να εξασφαλίζεται χαμηλό κόστος παραγωγής. Επιπλέον, θα πρέπει να ελέγχονται για την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρουν στην επιχείρηση διότι από αυτά εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό η διατήρηση του καλού της ονόματος. Άλλα θέματα που χρειάζονται έλεγχο ως προς τους προμηθευτές είναι οι τρόποι πληρωμής και επίσης έλεγχος κατά την ώρα της παραλαβής για να εντοπισθούν τυχόν ελαττωματικά προϊόντα ή ελλείψεις στις παραγγελίες. Έτσι, μπορεί να δημιουργηθεί ένα κλίμα εμπιστοσύνης που εξασφαλίζει και ποιότητα στην τουριστική επιχείρηση. (Ανδριώτης, 2002).

- Την τοπική κοινωνία:

Η τοπική κοινωνία διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο για τις τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν μέσα σ' αυτήν. Μέσα από την συμπεριφορά των κατοίκων αν αυτή είναι π.χ. φιλική μπορούν να επηρεάσουν θετικά μια επιχείρηση συμβάλλοντας σε μεγάλο βαθμό στην ικανοποίηση του πελάτη και στην γνώμη που θα σχηματίσει ή αρνητικές εντυπώσεις σε περίπτωση που η συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από αγένεια ή είναι εχθρική. Επιπλέον, οι άνθρωποι μιας τοπικής κοινωνίας αποτελούν κομμάτι της πελατείας των τουριστικών επιχειρήσεων αφού για παράδειγμα μπορεί να διοργανώνουν τις κοινωνικές τους εκδηλώσεις όπως γάμους βαφτίσεις στο εστιατόριο κάποιας ξενοδοχειακής μονάδας. (Ανδριώτης, 2002).

- Τους ανταγωνιστές:

Για να είναι οι πελάτες ικανοποιημένοι σε μια τουριστική ή ξενοδοχειακή επιχείρηση, θα πρέπει οι επιθυμίες και οι ανάγκες τους να καλύπτονται καλύτερα από τους ανταγωνιστές. (Ανδριώτης, 2002)

- Τους μεσολαβητές ή οργανωτές ταξιδιών:

Πρόκειται για επιχειρήσεις, οι οποίες ασχολούνται με το σχεδιασμό και την προώθηση τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών. Στην χώρα μας οι τουριστικές επιχειρήσεις στην πλειοψηφία τους είναι άμεσα εξαρτημένες από τους οργανωτές ταξιδιών, διότι αυτοί είναι εκείνοι που καθορίζουν τις τιμές, την ποσότητα του τουριστικού προϊόντος που θα διαθέσουν σε μια τουριστική αγορά, καθώς και τον τόπο όπου θα διανέμουν τα προϊόντα τους ανάλογα πάντα με τα συμφέροντά τους. Οι οργανωτές ταξιδιών ασχολούνται με όλες τις λεπτομέρειες σε σχέση με το ταξίδι δηλαδή τη μεταφορά των πελατών, την διαμονή, τη διατροφή, τις εκδρομές, ακόμη και τη διασκέδασή τους και εφόσον πληρώνονται με την μορφή προμήθειας απευθύνονται σε αγορές οι οποίες τους αποφέρουν τα υψηλότερα κέρδη. (Ανδριώτης, 2002)

Το Μάκρο- περιβάλλον περιλαμβάνει:

- Το οικονομικό περιβάλλον:

Αφορά την οικονομική κατάσταση των ανθρώπων μιας χώρας ή μιας περιοχής στην οποία βρίσκεται μια τουριστική επιχείρηση. Για παράδειγμα, οι κάτοικοι μιας χώρας που βρίσκεται σε οικονομική κρίση, και οι πολίτες παίρνουν χαμηλό μισθό δεν είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν συχνά ταξίδια σε προορισμούς, να ξοδέψουν χρήματα σε τουριστικές επιχειρήσεις και να πραγματοποιήσουν διαμονή σε ξενοδοχειακές μονάδες. Αντίθετα, μια χώρα σε οικονομική ευημερία, έχει την δυνατότητα να παρέχει υψηλούς μισθούς στους κατοίκους της και έτσι είναι σε θέση να κάνουν διακοπές αρκετά συχνά. Η οικονομική κατάσταση μιας χώρας είναι ευμετάβλητη και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αλλάζουν συχνά τα δεδομένα, όπως για παράδειγμα η φορολογία, οι μισθοί, οι τιμές των πρώτων υλών και των προϊόντων και κατά συνέπεια επηρεάζει καθοριστικά τον κύκλο εργασιών κάθε τουριστικής επιχείρησης. (Ανδριώτης, 2002)

- Το πολιτικό περιβάλλον:

Αφορά νομοθετικές ρυθμίσεις, διατάξεις και κάθε είδους αποφάσεις και ενέργειες, όπως φορολογικές ρυθμίσεις, άδειες λειτουργίας. Αυτές οι πολιτικές αναταραχές σε μια χώρα προορισμού καθώς και σε γειτονικά κράτη μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τη λειτουργία μιας τουριστικής επιχείρησης. Αυτό έχει σαν συνέπεια, την κατακόρυφη μείωση των αφίξεων στην χώρα με τις πολιτικές αναταραχές καθώς και των γειτονικών τουριστικών προορισμών. (Ανδριώτης, 2002)

- Το δημογραφικό περιβάλλον:

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού μιας χώρας επηρεάζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις. Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν καθοριστική σημασία για την διοικητική λειτουργία της τουριστικής επιχείρησης, αφού έχουν την δυνατότητα να διαμορφώνουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών. (Ανδριώτης, 2002)

- Το πολιτιστικό περιβάλλον:

Αναφέρεται στην πολιτιστική κληρονομιά της χώρας υποδοχής στις αξίες, τις συνήθειες, τη συμπεριφορά, τα ήθη και τα έθιμά καθώς επίσης και της χώρας προέλευσης των τουριστών. Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2002), τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια αυξανόμενη τάση για δραστηριότητες με πολιτιστικό υπόβαθρο όπως επίσκεψη περιοχών με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, όπως είναι και η χώρα μας. Για το λόγο αυτό οι περιοχές αυτές φροντίζουν για την διατήρηση των παραδόσεων, των εθίμων, των παραδοσιακών χορών κ.τ.λ. οι οποίες συμβάλλουν στην ικανοποίηση του τουρίστα.

- Το φυσικό και δομημένο περιβάλλον:

Το φυσικό περιβάλλον μιας χώρας αφορά τα δάση, τις λίμνες, τα ακρογιάλια, τους ορεινούς όγκους, το οποίο μπορεί να τραβήξει επισκέπτες σε έναν προορισμό. Το φυσικό περιβάλλον επηρεάζεται από αστάθμητους παράγοντες όπως είναι οι καιρικές συνθήκες, φυσικές καταστροφές, σεισμούς κ.τ.λ., οι οποίοι προκαλούν προβλήματα

στις τουριστικές επιχειρήσεις καθώς σε τέτοιες περιπτώσεις οι τουρίστες κατευθύνονται σε διαφορετικούς προορισμούς. Το δομημένο περιβάλλον αφορά τουριστικές εγκαταστάσεις , τουριστικά καταστήματα, μουσεία, ιστορικά μνημεία κ.τ.λ. τα οποία αποτελούν πόλο έλξης τουριστών οι οποίοι σπεύδουν να επισκεφτούν.

Κεφάλαιο 2.

Οικονομική Ανάλυση τουρισμού στον Νομό Αρκαδίας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία πως η οικονομική ύφεση, στην οποία έχει εισέλθει η Ελληνική οικονομία, θέτει επιτακτικά ζητήματα για κάθε επιχείρηση στην Ελλάδα. Λαμβάνοντας υπόψιν τα προβλήματα που αντιμετωπίζει στις μέρες μας μια μικρή επιχείρηση που δραστηριοποιείται με δυναμισμό και σύνθετο τρόπο, συμβάλλοντας στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής που ως πρόσφατα βρισκόταν στο περιθώριο του τουριστικού χάρτη, μας δίνεται η ευκαιρία να περιηγηθούμε στις δύσκολες συνθήκες της επιχειρηματικότητας στον Ελληνικό χώρο και στον ξενοδοχειακό τομέα.

Στο κεφάλαιο αυτό ακολουθεί μια ανάλυση των οικονομικών στοιχείων από το 2014 έως το 2017, από το γενικό της Πελοποννήσου στο ειδικό του Νομού Αρκαδίας, ώστε να παρουσιαστεί όσο το δυνατόν μια ολοκληρωμένη εικόνα του οικονομικού τοπίου στην Ελλάδα.

2.1 Στατιστικά Στοιχεία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στο Περιφερειακό Διαμέρισμα της Πελοποννήσου

Η Πελοπόννησος είναι η μεγαλύτερη χερσόνησος της Ελλάδας της οποίας το βορειοανατολικό τμήμα χωρίζεται από τη Στερεά Ελλάδα με τον Ισθμό της Κορίνθου. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου καταλαμβάνει το νότιο τμήμα της ηπειρωτικής Ελλάδας. Αποτελείται από τους νομούς Κορινθίας, Αργολίδος, Αρκαδίας, Μεσσηνίας και Λακωνίας και έχει έδρα την Τρίπολη, Πρωτεύουσα του νομού Αρκαδίας. Βρέχεται δυτικά από το Ιόνιο Πέλαγος και συνορεύει με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος, βορειοανατολικά με την Περιφέρεια Αττικής, ενώ ανατολικά βρέχεται από το Μυρτώο Πέλαγος. Έχει συνολική έκταση 15.490 χλμ. και καλύπτει το 11,7% της συνολικής έκτασης της χώρας, με χαρακτηριστικό της μορφολογίας της τους μεγάλους ορεινούς όγκους. (www.discoverpeloponnisos.gr)

Για την Περιφέρεια Πελοποννήσου, η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους στρατηγικούς της στόχους για την αναπτυξιακή της πορεία. Σύμφωνα με τα αναπτυξιακά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας, την γεωμορφολογία της και την γεωγραφική της θέση, σε συνδυασμό με το εξωγενές οικονομικό περιβάλλον η αναπτυξιακή προοπτική της

Περιφέρειας Πελοποννήσου στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην τουριστική δραστηριότητα, βασιζόμενη όμως σε ένα νέο τουριστικό πρότυπο, στο οποίο θα κυριαρχεί ο ήπιος εναλλακτικός τουρισμός εστιασμένος στον ορεινό φυσιολατρικό τουρισμό, στον πολιτιστικό τουρισμό και στον αγροτουρισμό.(www.ypes.gr/periferiakh.htm).

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της Περιφέρειας της Πελοποννήσου όπως παρουσιάζει το υπουργείο ανάπτυξης ελληνικού τουρισμού, συγκριτικά με την τουριστική ανάπτυξη, παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
Μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας	Συγκριτικά χαμηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών
Ισχυρή ιστορική , αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά	Ανεπάρκεια υποστηρικτικών υποδομών αναψυχής (γκολφ, μαρίνες, θεματικά πάρκα)
Σημαντικά μνημεία της φύσης	Σχετικά χαμηλό επίπεδο τεχνικών υποδομών
Καλές κλιματολογικές συνθήκες	Ανεπαρκής συντήρηση και αξιοποίηση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος
Πλούσια ιστορική και λαογραφική παράδοση	Η υπερκάλυψη της φέρουσας ικανότητας ορισμένων τουριστικών περιοχών
Πολλαπλές επιλογές διαφορετικού τύπου τουριστικών προορισμών	Συγκοινωνιακή απομόνωση των νότιων άκρων της Πελοποννήσου
Χαμηλοί δείκτες κορεσμού	Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και managers

Γειτνίαση με την μητροπολιτική περιοχή της πρωτεύουσας	Καθυστέρηση στην εισαγωγή και εφαρμογή νέων τεχνολογιών δικτυακής υποδομής
Ακτογραμμή πολλών χιλιομέτρων καθ' όλη την περίμετρο	

Μία πρώτη ένδειξη της τουριστικής κίνησης αποτελεί ο αριθμός των τουριστών οι οποίοι προσήλθαν στα τουριστικά καταλύματα της Ελλάδας. Ο αριθμός αυτός για το 2014 ανήλθε στα 13,4 εκατομμύρια από τα οποία, τα 6 εκατομμύρια αντιστοιχούν σε ημεδαπούς τουρίστες και τα υπόλοιπα 7,3 σε αλλοδαπούς. Το συνολικό ποσοστό αποτελείται από 45,21% ημεδαπών τουριστών και 54,79% αλλοδαπών. (www.ypes.gr)

Για το έτος 2015 τα αντίστοιχα μεγέθη προσέγγισαν τα 14 εκατομμύρια άτομα, με τους ημεδαπούς τουρίστες να αριθμούν 6,3 εκατομμύρια άτομα και τους αλλοδαπούς 7,7 εκατομμύρια. Η συμβολή επί του συνολικού ποσοστού διαμορφώνεται στο 44,58% για τους ημεδαπούς τουρίστες και στο 55,42% για τους αλλοδαπούς.

Τα συνολικά μεγέθη των ετών αποδίδουν μια αύξηση της τάξεως του 4,24% για το 2015, ενώ μια πιο λεπτομερή προσέγγιση παρουσιάζει την αύξηση στην προσέλευση τουριστών στα ξενοδοχεία κατά 4,58% σε αντίθεση με την μείωση κατά 8,92% της προσέλευσης στα camping.

Η αύξηση κατά 14,7% για το επόμενο έτος (2016), διαμόρφωσε το συνολικό ποσοστό των ατόμων που προσήλθαν στα τουριστικά καταλύματα της χώρας στα 16,04 εκατομμύρια από τα οποία, τα 7 εκατομμύρια αποτελούνταν από ημεδαπούς τουρίστες και τα υπόλοιπα 9 εκατομμύρια από αλλοδαπούς. (www.ypes.gr)

Τα προαναφερθέντα μεγέθη αντιστοιχούν σε 44,34% και 55,66% για τους ημεδαπούς και αλλοδαπούς τουρίστες αντίστοιχα, επί του γενικού συνόλου. Στις ξενοδοχειακές μονάδες στο σύνολο της χώρας, προσήλθαν 14,7% περισσότεροι τουρίστες σε αντιστοιχία με το προηγούμενο έτος, ενώ στα camping το αντίστοιχο ποσοστό αυξήθηκε κατά 11,6 ποσοστιαίες μονάδες. (<http://www.poet.gr>)

Το 2017 παρουσίασε μια διαφορετική εικόνα από τα προηγούμενα έτη. Ο συνολικός αριθμός των ατόμων που προσήλθαν στα τουριστικά καταλύματα σημείωσε μικρή πτώση κατά 0,15% από το προηγούμενο έτος, οδηγώντας στον τελικό αριθμό των 16,01 εκατομμυρίων τουριστών. Η διαφορά αυτή δημιουργήθηκε από την μείωση του αριθμού των αλλοδαπών τουριστών στα 8,9 εκατομμύρια από τα 9,08 εκατομμύρια άτομα του 2013, ενώ, παράλληλα, αυξήθηκε ο αριθμός των ημεδαπών τουριστών στα 7,12 εκατομμύρια από το 2012. (<http://www.poet.gr>)

Ωστόσο, το 2017 το ποσοστό του εσωτερικού τουρισμού στην Πελοπόννησο, υπολογίζεται ότι έφτανε το 9,36% επί του συνόλου καλύπτοντας το 67,89% των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιήθηκαν στα καταλύματα της περιοχής, το οποίο είναι σε αντίθεση με τη γενική αναλογία στο σύνολο όπου οι διανυκτερεύσεις στα ελληνικά καταλύματα πραγματοποιήθηκαν από τον εισαγόμενο τουρισμό κατά 73,72% και το 26,28% από ημεδαπούς τουρίστες.

Από το 2014 ως το 2016 παρατηρήθηκε μια σημαντική βελτίωση των υποδομών, η οποία οδήγησε στην κατά 23% αύξηση των κλινών των ξενοδοχείων Α' Κατηγορίας αλλά και στην μεγαλύτερη αύξηση των ξενοδοχείων των 4 και 5 αστέρων (154% για τα τελευταία) όπως δείχνουν τα επεξεργασμένα από τον ΣΕΤΕ στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος .

Τα ξενοδοχεία ανά Περιφερειακό Διαμέρισμα της Πελοποννήσου, σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζει η Ελληνική Στατιστική αρχή κατανομονται ως εξής:

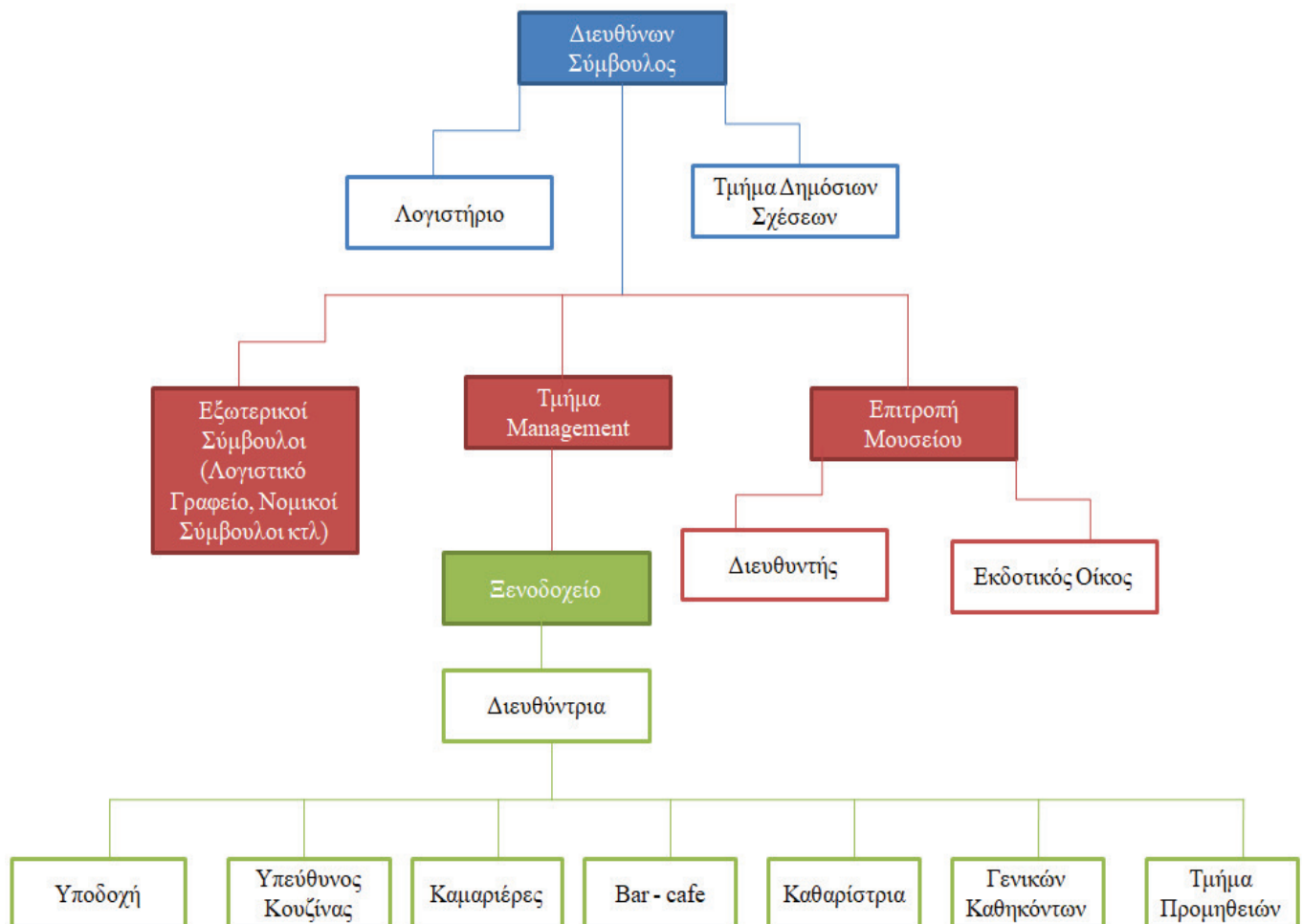
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ							
2017							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	Μονάδες	7	24	31	57	25	144
	Δωμάτια	756	1.455	1.556	1.467	272	5.506
	Κλίνες	1.527	2.772	3.140	2.858	519	10.816
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	Μονάδες	2	27	38	30	12	109
	Δωμάτια	18	360	631	608	176	1.793
	Κλίνες	34	806	1.269	1.102	336	3.547
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	Μονάδες	3	12	34	38	11	98
	Δωμάτια	748	680	1.171	1.022	136	3.757
	Κλίνες	1.419	1.284	2.371	1.907	267	7.248
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	Μονάδες	3	40	67	38	8	156
	Δωμάτια	83	622	1.330	845	91	2.971
	Κλίνες	149	1.314	2.614	1.590	194	5.861
Ελαφόνησος	Μονάδες		2	3	4	1	10
	Δωμάτια		53	75	46	8	182
	Κλίνες		110	160	89	14	373
Λακωνία	Μονάδες	3	38	64	34	7	146
	Δωμάτια	83	569	1.255	799	83	2.789
	Κλίνες	149	1.204	2.454	1.501	180	5.488
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	Μονάδες	7	19	42	68	16	152
	Δωμάτια	1.301	963	1.084	1.543	210	5.101
	Κλίνες	3.013	1.894	2.015	2.945	394	10.261
ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ	Μονάδες	22	122	212	231	72	659
	Δωμάτια	2.906	4.080	5.772	5.485	885	19.128
	Κλίνες	6.142	8.070	11.409	10.402	1.710	37.733

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής αρχής, διαπιστώνουμε ότι στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου, σχεδόν τα μισά ξενοδοχεία Α κατηγορίας βρίσκονται στον Νομό Μεσσηνίας, ενώ τα λιγότερα ξενοδοχεία στον Νομό Αρκαδίας (2016).

Το μέγεθος των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων στην Πελοπόννησο, αφορά κατά κύριο λόγο μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Αυτό μπορεί να γίνει αντιληπτό και από το μέσο αριθμό δωματίων ανά Νομό όπως είδαμε και στον προηγούμενο πίνακα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος.

Παρακάτω ακολουθεί ένα οργανόγραμμα που παρουσιάζει την ιεραρχία των τμημάτων των ξενοδοχειακών μονάδων της Πελοποννήσου και πιο συγκεκριμένα του Νομού Αρκαδίας.



2.2 Ο τουρισμός στο Νομό της Αρκαδίας

Η Αρκαδία είναι περιφερειακή ενότητα (Π.Ε.) και πρώην νομός της Ελλάδας η οποία καταλαμβάνει το κέντρο της Πελοποννήσου. Συνορεύει στα βόρεια με την Π.Ε. Αχαΐας, στα βορειοανατολικά με την Π.Ε. Κορινθίας, στα βόρεια και ανατολικά με την Π.Ε. Αργολίδας, στα νότια με την Π.Ε. Λακωνίας, στα νοτιοδυτικά με την Π.Ε. Μεσσηνίας και στα δυτικά με την Π.Ε. Ηλείας. Το ανατολικό του τμήμα έχει έξοδο στη θάλασσα, στον Αργολικό Κόλπο και το Μυρτώο Πέλαγος.

Μέχρι το 1997 η Αρκαδία χωριζόταν διοικητικά σε τέσσερις επαρχίες, Μαντινείας, Μεγαλοπόλεως, Γορτυνίας και Κυνουρίας.

Σημαντικές πόλεις της Αρκαδίας είναι η πρωτεύουσα Τρίπολη (25.520 κατ.), η Μεγαλόπολη (5.135 κατ.), το Λεωνίδιο (3.249 κατ.), το Άστρος (2.674 κατ.), ο Τυρός (2.116 κατ.), το Λεβίδι (1.219 κατ.).

Σε άνθηση βρίσκονται τα τελευταία χρόνια, λόγω αυξημένης τουριστικής κίνησης, οι κωμοπόλεις Δημητσάνα, Λαγκάδια και Βυτίνα. Οι σημαντικότεροι λιμένες της Αρκαδίας είναι του Παραλίου Άστρους, του Τυρού και της Πλάκας Λεωνιδίου. (el.wikipedia.org)

Σύμφωνα με το υπουργείο ανάπτυξης, τα είδη εναλλακτικού τουρισμού που μπορούν να αξιοποιηθούν στον Νομό Αρκαδίας είναι:

- Ο πολιτιστικός τουρισμός:

Περιλαμβάνει επισκέψεις σε Μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, μελέτη ιστορικών μνημείων, θεατρικών παραστάσεων, κινηματογραφικών και μουσικών φεστιβάλ. Ο νομός Αρκαδίας περιλαμβάνει μεταξύ άλλων το Μουσείο και Διεθνές Κέντρο Μίκης Θεοδωράκης στη Ζατούνα, το αρχαιολογικό και το πολεμικό μουσείο στην Τρίπολη, το σπίτι του Κολοκοτρώνη στο Λιμποβίσι. (<http://www.inarcadia.gr>)

- Ο οικολογικός τουρισμός:

Στη μορφή αυτού του τουρισμού μπορεί να ενταχθεί, η περιήγηση σε λίμνες, βιότοπους, εθνικούς δρυμούς, πεζοπορικά μονοπάτια, σπήλαια, φαράγγια κτλ. Στον Νομό Αρκαδίας μπορεί κανείς να επισκεφτεί την Λίμνη Τάκα νότια της Τρίπολης, το σπήλαιο του Κάψια 15 χιλιόμετρα από την Τρίπολη, το φαράγγι του Λούσιου στην περιοχή της Καρύταινας κ.α. (<http://www.inarcadia.gr>)

- Ο τουρισμός περιπέτειας:

Η ιδιαιτερότητα φυσικού περιβάλλοντος που παρουσιάζει ο Νομός Αρκαδίας, ευνοεί την ανάπτυξη τουρισμού ήπιας ή ακραίας περιπέτειας. Στον Νομό Αρκαδίας στον ορεινό όγκο του ελατοσκέπαστου Μαινάλου και σε υψόμετρο 1981 μέτρων βρίσκεται η κορυφή της Οστρακίνας όπου λειτουργεί ένα σύγχρονο χιονοδρομικό κέντρο. Το Χιονοδρομικό Κέντρο Οστρακίνας διαθέτει εξαιρετική χιονοδρομική πίστα, σύγχρονο χιονοδρομικό καταφύγιο, ξενώνα, εντευκτήριο και τρεις χιονοδρομικούς αναβατήρες. Για τους λάτρεις του αθλήματος, τους σκιέρ, υπάρχουν τέσσερις πίστες που μπορούν να χρησιμοποιήσουν. (<http://www.inarcadia.gr>)

Το Περιφερειακό Διαμέρισμα της Αρκαδίας διαθέτει την ισχνότερη τουριστική υποδομή παρά το ότι, ενώ στον πίνακα που ακολουθεί από την ΕΛΣΤΑΤ παρακάτω προκύπτει το συμπέρασμα ότι ο αριθμός δωματίων σε διάφορα καταλύματα αυξήθηκε σημαντικά (11%) την τελευταία τετραετία.

		Ξενοδοχεία και ομοειδή ή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή ή καταλύματα	Τουριστικά κάμπινγκ
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ		9.783	300	10.083	806.045	24.063
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ	ΣΥΝΟΛΟ	659	58	717	37.733	4.168
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	109	6	115	3.547	385
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	144	21	165	10.816	1.257
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	98	6	104	7.248	464
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	156	9	165	5.861	871
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	152	16	168	10.261	1.191

Η αύξηση αυτή που παρουσιάζεται, οφείλεται σε δυο σημαντικούς λόγους:

- Στην βελτίωση του χρόνου πρόσβασης στον Νομό της Αρκαδίας από την Αθήνα (στα 90' από 140')
- Στην επιτυχή παρέμβαση του προγράμματος Leader + στα πλαίσια του τρίτου Κοινοτικού Προγράμματος Στήριξης για αυτές τις περιοχές

Η Αρκαδία είναι η περιοχή που υποδέχεται, σε συντριπτική πλειονότητα, εσωτερικό τουρισμό σε επίπεδα του 90% (σύμφωνα με την εκτίμηση του Προέδρου της Ένωσης Ξενοδόχων Αρκαδίας κ. Κων/νου Μαρινάκου). Οι τρεις ζώνες που παρουσιάζουν τον μεγαλύτερο τουρισμό και επιλογή κλινών σε ξενοδοχειακές μονάδες είναι οι εξής:

- Η παραλιακή Κυνουρία που παρουσιάζει μεγάλη εποχική συγκέντρωση το διάστημα μεταξύ Ιουνίου - Σεπτεμβρίου, με υψηλές πληρότητες (γύρω στις 90 μέρες στο τετράμηνο).
- Η Τρίπολη που ενώ γενικά έχει πολύ μικρή τουριστική κίνηση, παρουσιάζει ικανοποιητική πληρότητα σε κλίνες που οφείλεται σε επαγγελματική διακίνηση (πάνω από 50%).
- Οι ορεινές περιοχές του Μαινάλου και του Πάρνωνα, που έχουν μεγάλη σχετικά τουριστική περίοδο, από Οκτώβριο ως και Μάη, αλλά παρουσιάζουν μικρή πληρότητα κλινών (περί τις 100 μέρες στο οκτάμηνο).

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για το έτος 2015, η μέση πληρότητα στα Ξενοδοχεία Α' κατηγορίας του Νομού Αρκαδίας υπολογίζεται στις 120 μέρες έναντι 131 του μέσου όρου της Πελοποννήσου γενικά.

Με δεδομένο ότι το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από υψηλή εισοδηματική ελαστικότητα, η ύφεση τόσο της διεθνούς όσο και της ελληνικής οικονομίας, έχει οδηγήσει σε μεγάλη υποχώρηση της ζήτησης. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή για τον Νομό Αρκαδίας που υποδέχεται εσωτερικό τουρισμό, έγινε αισθητή απότομα το έτος 2016.

Μελέτες του ΣΕΤΕ υπογραμμίζουν ότι αυτή η υποχώρηση της ζήτησης που σημειώθηκε, δημιουργεί την ανάγκη για ανασύνθεση του τουριστικού προϊόντος, της υιοθέτησης νέων στρατηγικών και μέσων για την προώθησή του, καθώς επίσης και την αναζήτηση νέων αγορών. Τα σημεία στα οποία θα πρέπει να δοθεί έμφαση σύμφωνα με τις μελέτες ΣΕΤΕ είναι τα παρακάτω:

- οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού,
- ο τρόπος διασύνδεσης και δικτύωσης επιχειρήσεων υπηρεσιών και παραγωγής τοπικών προϊόντων
- η διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών, ως μιας λειτουργικής και αισθητικής πληρότητας που υποστηρίζεται από υποδομές και προσωπικό.

Μια από τις εναλλακτικές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού και στον Νομό Αρκαδίας, αποτελεί ο τουρισμός στα καταλύματα υπαίθρου. Απώτερος σκοπός του τουρισμού στα καταλύματα υπαίθρου είναι να φέρει τον τουρίστα σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον της περιοχής και να τον εντάξει στον καθημερινό παραδοσιακό τρόπο ζωής του. Στα καταλύματα ο τουρίστας έχει την δυνατότητα, να βρει διάφορα προγράμματα και να εμπλακεί και ο ίδιος σε δραστηριότητες οι οποίες θα τον κάνουν να χαρεί το φυσικό περιβάλλον, την ιστορία του τόπου αλλά και τον γενικότερο πολιτισμό του μέρους. (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2001).

Σε αυτή τη μορφή τουριστικής ανάπτυξης το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της περιοχής αποτελούν πλέον τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά που στηρίζονται στην διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της κάθε πόλης.

Ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με το ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει την αναψυχή με την ενημέρωση και ευαισθητοποίησή του για κοινωνικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά και άλλα θέματα της εκάστοτε περιοχής (Σιτάρας, Τζένος, 2004).

Το Trekking Hellas είναι ένα δίκτυο επιχειρήσεων που προσφέρουν μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία. Στην Αρκαδία είναι μία εκ των τεσσάρων εταιριών που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Όπως επισημαίνει ο κύριος Τάσος Μορφονιός εκ μέρους της εταιρείας Trekking Hellas Αρκαδίας, η Αρκαδία και κυρίως οι περιοχές, που διασχίζει ο Λούσιος και ο Αλφειός, είναι ιδανικές για εναλλακτικό τουρισμό. Περιοχές όπως η Καρύταινα,

η Δημητσάνα, η Στεμνίτσα αξιοποιούν τον εναλλακτικό τουρισμό. Ο Απρίλιος και ο Μάιος είναι η καλύτερη εποχή για εναλλακτικό τουρισμό και για δραστηριότητες όπως το rafting, καθώς τα νερά έχουν την κατάλληλη στάθμη και είναι ιδανικά για τέτοιου είδους δραστηριότητες.

Εκτός από το rafting όμως, ο εναλλακτικός τουρισμός που προσφέρεται στον Νομό Αρκαδίας αφορά, περιπάτους σε φυσικά τοπία, οικολογικές περιηγήσεις σε φαράγγια, λίμνες, σπήλαια, ενημέρωση για την τοπική κουζίνα στις περιοχές αυτές υπό την καθοδήγηση μορφωμένων ανθρώπων, μαθήματα ελληνικών χορών, μαθήματα ύφανσης και επισκέψεις σε ιστορικά αξιοθέατα.

Όπως επισημαίνει ο Κ. Μαρινάκος που κατέχει την θέση του προέδρου της ένωσης Ξενοδοχείων στην Αρκαδία, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί και ως γραμμή άμυνας στην Αρκαδία, καθώς δίνει τονωτικές κινήσεις στον τουρισμό, ανοίγει νέες πόρτες για προσέλκυση νέων επισκεπτών επιπέδου στην Ελλάδα. Για το έτος 2015 η παράκτια αλλά και η ορεινή Αρκαδία παρουσίασε μια κινητικότητα με αρκετό εξωτερικό τουρισμό από Γαλλία, Αγγλία, Γερμανία και Αυστρία. Τα παραπάνω έχουν ως συνέπεια, να παρέχονται κίνητρα για διατήρηση και ανάδειξη της φυσικής ομορφιάς και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της χώρας και του Νομού της Αρκαδίας. (<http://www.arcadiaportal.gr>)

Ο κύριος Μαρινάκος επίσης, ο οποίος είναι και μεταδιδάκτορας της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου, κάτοχος διδακτορικού διπλώματος με αντικείμενο εφαρμοσμένα οικονομικά στον τουρισμό, μεταπτυχιακών διπλωμάτων στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων, προτείνει επίσης πέρα από την αξιοποίηση του εναλλακτικού τουρισμού για τον Νομό της Αρκαδίας τα παρακάτω μέτρα:

- Τη βελτίωση του οδικού δικτύου ορεινής Αρκαδίας:

ώστε να είναι πιο εύκολη η πρόσβαση των επισκεπτών. Η φυσική διαμόρφωση της περιοχής, η απομόνωση λόγω των ορεινών όγκων αλλά κυρίως η έλλειψη κρατικής μέριμνας για υποδομές, αποτελούν τον κύριο λόγο του κοινωνικού αποκλεισμού

πολλών ορεινών περιοχών του Νομού και συνεπώς της έλλειψης τουριστικής ανάπτυξης.

- Ορθολογική διαχείριση φυσικών πόρων:

να επιτευχθεί δηλαδή καλύτερη διαχείριση πηγών και υδροφόρων ρεμάτων συνεχούς ροής, καθότι η απώλεια υδάτινου πλούτου είναι σημαντική, η δημιουργία και αντικατάσταση όπου αυτό είναι απαραίτητο για το δίκτυο ύδρευσης, η μείωση της επιβάρυνσης του εδάφους από χημικά λιπάσματα και στερεά και υγρά λύματα, η δημιουργία σταθμών βιολογικού καθαρισμού, αποχετευτικών δικτύων και δικτύων συλλογής όμβριων υδάτων ή και ακόμη κατασκευή δικτύων και ομαδοποίηση των γειτνιαζόντων δημοτικών διαμερισμάτων, ώστε να οδηγούνται τα υγρά λύματα σε κοινούς σταθμούς βιολογικού καθαρισμού.

- Την εκπαίδευση, επιμόρφωση και επαγγελματική κατάρτιση του τοπικού πληθυσμού: Με ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια, ημερίδες.

Να πραγματοποιηθούν ειδικά σεμινάρια ενδυνάμωσης της τουριστικής συνείδησης και ανάπτυξης δεξιοτήτων του ντόπιου πληθυσμού σε επαγγέλματα συναφή με τον εναλλακτικό τουρισμό.

- Προσέλκυση επενδυτών:

Για δημιουργία ειδικών εγκαταστάσεων προκειμένου να υποστηρίξουν ειδικές μορφές τουρισμού (αθλητικό, θρησκευτικό κλπ.). Προς αυτή την κατεύθυνση οι Δήμοι θα μπορούσαν να μελετήσουν την πλειοδότηση ή υπενοικίαση ελεύθερων χώρων για τέτοιου είδους δραστηριότητες, πέραν των προγραμμάτων χρηματοδότησης για την περιοχή.

Εφόσον , επιτευχθούν τα παραπάνω, η τουριστική ανάπτυξη στον Νομό Αρκαδίας, θα μπορούσε να καλύπτει τις ανάγκες των τόπων υποδοχής, των τωρινών επισκεπτών ενώ παράλληλα θα προστατεύει και θα αυξάνει τις ευκαιρίες για το μέλλον της Αρκαδίας.

Κεφάλαιο 3.

Παράγοντες επιτυχίας μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης

Ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα παρουσιάζει προβλήματα τα τελευταία χρόνια με την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, τα οποία είναι αναγκαίο να εξεταστούν, να αναλυθούν και να κατανοηθούν, ώστε να δημιουργηθεί ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο, το οποίο θα περιλαμβάνει εξέταση θεμάτων που αφορούν την οργάνωση, το ανθρώπινο δυναμικό (υπάλληλοι και διοίκηση), την τεχνογνωσία και την προσαρμογή στις νέες συνθήκες ζωής των ανθρώπων, ώστε οι ξενοδοχειακές μονάδες μέσα και από την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών να συνεισφέρουν στην οικονομία της χώρας και στην ικανοποίηση των πελατών. Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να παρουσιάσει κάποιες στρατηγικές κινήσεις ώστε να επιτευχθεί ανοδική πορεία σε ποιότητα και οικονομική ανταπόκριση από τις ξενοδοχειακές μονάδες.

3.1 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Η επιτυχία μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, εξαρτάται μεταξύ πολλών παραγόντων.

Μέσα σε αυτούς τους παράγοντες σημαντικό βαθμό διαδραματίζει το να αποκτήσει και να διατηρήσει μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μια επιχείρηση επιτυγχάνεται και εκφράζεται με δύο βασικούς παράγοντες που είναι το χαμηλό κόστος παραγωγής ενός προϊόντος και η διαφοροποίηση του προϊόντος ή των υπηρεσιών που προσφέρονται σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Οι παράγοντες εκείνοι που συμβάλλουν στην επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι η ποιότητα, η αποδοτικότητα, η καινοτομία και η πελατοκεντρική τακτική. Οι τέσσερις παράγοντες αυτοί, συμβάλλουν διαφορετικά ως προς τον βαθμό για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αναλύονται παρακάτω (Βαρβαρέσος Στυλιανός, Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομές, 2000 και Λύτρας Ν. Περικλής, Τουριστική Ψυχολογία, Εκδόσεις Interbooks, 1998) :

1) Ποιότητα:

Η ποιότητα ως αγαθό ή υπηρεσία, μεταφράζεται με την έννοια ότι υπάρχει αξιοπιστία ως προς το προϊόν ή την υπηρεσία που παρέχεται και ότι ο σκοπός για τον οποίο σχεδιάστηκαν και προορίστηκαν να προσφέρουν αξία, εκτελείται σωστά και με ακρίβεια. Πιο συγκεκριμένα, για μια ξενοδοχειακή μονάδα η ποιότητα αφορά την ποιότητα υπηρεσιών ή του παρεχόμενου προϊόντος, ποιότητα στην κατασκευή και το περιβάλλον της ξενοδοχειακής μονάδας και πιο ειδικά ποιότητα αγαθού ή υπηρεσίας σε ένα συγκεκριμένο τμήμα του ξενοδοχείου. Για παράδειγμα στο εστιατόριο της μονάδας ποιότητα προϊόντων ή ποιότητα στην εξυπηρέτηση από το τμήμα υποδοχής συγκεκριμένα.

Η ποιότητα όμως και ο βαθμός της ποιότητας από την πλευρά μιας επιχείρησης, εξαρτάται από τους στόχους και το όραμα που έχει θέσει, την κατηγορία στην οποία ανήκει η επιχείρηση, το απευθυνόμενο κοινό και η πελατεία της, καθώς επίσης μπορεί να επηρεάζεται και από την τοποθεσία στην οποία έχει εγκατασταθεί η μονάδα και τις προοπτικές δημιουργεί η περιοχή.

2) Αποδοτικότητα:

Στις ξενοδοχειακές μονάδες, το πιο σημαντικό ρόλο στην αποδοτικότητα διαδραματίζει το ανθρώπινο δυναμικό το οποίο εργάζεται στην μονάδα. Η αποδοτικότητα μετριέται με το κόστος των απαιτούμενων εισροών για την παραγωγή μιας δεδομένης εκροής. Η αποδοτικότητα λοιπόν, πιο συγκεκριμένα καθορίζεται από τους εργαζομένους, με βάση την εκπαίδευσή τους, την αφομοίωση της εταιρικής κουλτούρας και το πόσο ξεκάθαρη έχει γίνει από την διοίκηση, την αφοσίωση τους στην επιχείρηση, από το αντικείμενο της εργασίας τους και το διακριτό ρόλο των καθηκόντων τους. Τα παραπάνω στοιχεία θα καθορίσουν το τελικό αποτέλεσμα των υπηρεσιών που παρέχονται και τον βαθμό στον οποίο θα μείνει ικανοποιημένος ένας πελάτης της επιχείρησης.

Το επίπεδο της αποδοτικότητας μπορεί να ελεγχθεί και να διαμορφωθεί μέσα από σωστές διαδικασίες πρόσληψης προσωπικού και μέσα από την σωστή εκμετάλλευση της τεχνολογίας για να μεταδώσει η εταιρία την κατάλληλη και απαιτούμενη εκπαίδευση για βελτίωση της αποδοτικότητας.

3) Καινοτομία:

Η έννοια της λέξης καινοτομία σχετίζεται με οτιδήποτε νέο σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας μια επιχείρησης ή οτιδήποτε καινοφανές ως προς τα προϊόντα που προσφέρει. Συνήθως η έννοια της καινοτομίας, αφορά ένα καινούργιο προϊόν, το οποίο κάνει την εμφάνιση του στον χώρο αγοράς και κυριαρχεί σε σχέση με τα υπόλοιπα προϊόντα. Ωστόσο κάποιες φορές η καινοτομία δεν σχετίζεται απαραίτητα με ένα καινούργιο προϊόν, αλλά μπορεί να αναφέρεται σε κάτι το οποίο υπάρχει ήδη στην αγορά, αλλά μέσα από κάποιες τροποποιήσεις εξελίσσεται, βελτιώνεται και μετατρέπεται σε κάτι πρωτοποριακό. Αυτή η δεύτερη περίπτωση είναι και πιο χαρακτηριστική σαν τακτική στον ξενοδοχειακό κλάδο. Ο ξενοδοχειακός κλάδος ευνοεί μετατροπές τακτικής, καθώς οι πελάτες συνήθως βρίσκονται σε περίοδο χαλάρωσης και είναι πιο εύκολο να επιτρέψουν στον εαυτό τους να δεχθούν κάτι καινούργιο και διαφορετικό από αυτό που έχουν συνηθίσει.

4) Πελατοκεντρική Τακτική:

Κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση, οφείλει να γνωρίζει ανά τακτικά χρονικά διαστήματα ποιες είναι οι ανάγκες των πελατών και τον χρόνο ικανοποίησης αυτών, ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν και οι πελάτες θετικά στο προσφερόμενο προϊόν.

Τα ξενοδοχεία έχουν από την φύση τους πελατοκεντρική προσέγγιση, ωστόσο θα πρέπει να έχουν την δυνατότητα να εντοπίσουν, να εξετάσουν και να αξιολογήσουν τις τάσεις της αγοράς και πως διαμορφώνονται στον χρόνο. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, θα πρέπει να επιλέξουν με προσοχή το κατάλληλο τμήμα της αγοράς που θα κινηθούν και να διακρίνουν τις πολύπλοκες ανάγκες του.

Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται η διοίκηση να επιδείξει εξαιρετικές ικανότητες σε συνδυασμό με την συνεχή επιμόρφωση και εκπαίδευση του προσωπικού και λαμβάνοντας υπόψιν πως το διαδίκτυο και η τεχνολογία έχουν μπει στην ζωή των ανθρώπων, στοιχεία που αυξάνουν το λειτουργικό κόστος.

Πέρα από τους τέσσερις αυτούς παράγοντες, σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, παίζουν και κάποια χαρακτηριστικά της χώρας και της

περιοχής στην οποία θα βρίσκεται η μονάδα και μπορούμε να τα κατηγοριοποιήσουμε ως εξής (Βαρβαρέσος Στυλιανός, Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομές, 2000):

A) Γεωγραφική θέση της χώρας:

αφορά τα μορφολογικά χαρακτηριστικά μιας χώρας ή περιοχής, τις κλιματολογικές συνθήκες (π.χ. ηλιοφάνεια, δροσερός καιρός) και την απόσταση από την χώρα ή τον τόπο διαμονής των επισκεπτών ώστε να επιλέξουν την ξενοδοχειακή μονάδα.

B) Υποδομή και Ανωδομή της χώρας:

αφορά στο συγκοινωνιακό δίκτυο, τα μέσα που υπάρχουν για πρόσβαση στην περιοχή που βρίσκεται η ξενοδοχειακή επιχείρηση, την κατάσταση των σημείων εισόδου στη χώρα (τελωνεία), καθώς επίσης και τις συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας που υπάρχουν.

Γ) Πολιτισμική κληρονομιά:

Αναφέρεται στα κοινωνικά χαρακτηριστικά του έθνους, καθώς επίσης στα ήθη και στα έθιμα του λαού. Η πολιτιστική κληρονομιά είναι συμπληρωματικό στοιχείο, σχετικά με τη θέση και τις υποδομές, στο ξενοδοχειακό προϊόν της χώρας.

Στον παρακάτω πίνακα περιγράφονται τα ισχυρά σημεία και οι αδυναμίες του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ως προς τα παραπάνω χαρακτηριστικά γνωρίσματα:

Ισχυρά Σημεία	Αδυναμίες
Φυσικές ιδιομορφίες	Υποδομές και Συγκοινωνίες σε κάποιες περιοχές
Μνημεία- Μουσεία	Οικονομική κρίση
Τρόπος Ψυχαγωγίας και Διασκέδασης	Χαμηλό επίπεδο του ξενοδοχειακού προϊόντος
Κλιματολογικές συνθήκες	Αλλοιώσεις περιβάλλοντος σε κάποιες περιοχές

3.2. Αποστολή Ξενοδοχείων Νομού Αρκαδίας

Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να υλοποιήσουν τον σκοπό ύπαρξής τους θα πρέπει αυτός να αποτελεί το μέσον της αποστολής τους. Το ίδιο συμβαίνει και στην περίπτωση των ξενοδοχείων, όπου η αποστολή του καθενός το διαφοροποιεί από τα υπόλοιπα του κλάδου. Για να μπορέσει λοιπόν να εκτελεστεί η αποστολή κάθε ξενοδοχείου θα πρέπει μέσα από ομαδικό πνεύμα και πνεύμα συνεργασίας κάθε συμβαλλόμενο μέλος να προσφέρει τα βέλτιστα που μπορεί. Άρα, συμπεραίνουμε ότι για την επίτευξη της αποστολής θα πρέπει να ικανοποιεί τα ενδιαφέροντα των πελατών, της διεύθυνσης και των εργαζομένων. Η αποστολή του ξενοδοχείου θα πρέπει να στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών τόσο των πελατών όσο και να παρέχει κίνητρα για τους πελάτες. Από τη συγκεκριμένη μελέτη μπορούμε να δούμε ότι οι προσδοκίες των πελατών συνδέονται άμεσα με την ασφάλεια στα καταλύματα, με την καθαριότητα των δωματίων και με την γενικότερη ποιοτική κατάσταση των εγκαταστάσεων.

Η αποστολή του ξενοδοχείου εκτός των άλλων θα πρέπει να εκφράζει την φιλοσοφία της διεύθυνσης. Σημαντικός παράγοντας διάκρισης των ξενοδοχείων αποτελεί η φιλοσοφία που κάθε ξενοδοχείο θα πρεσβεύει λόγω του ότι μέσω της φιλοσοφίας καθορίζονται τόσο οι διαδικασίες όσο και η στρατηγική που θα ακολουθήσει. Η αποστολή του ξενοδοχείου θα πρέπει να βοηθάει το ανθρώπινο δυναμικό ώστε να εκπληρώνει τις προσδοκίες των πελατών και της διοίκησης.

Για να λειτουργήσει αποτελεσματικά ένα ξενοδοχείο, θα πρέπει κάθε συμβαλλόμενο μέρος να κατανοήσει και να ασπαστεί την αποστολή του. Η αποστολή συμπεριλαμβάνεται στα εγχειρίδια εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού ώστε να μπορεί να γίνει κατανοητή.

3.3. Χρονολογική Ανάλυση Διανυκτερεύσεων Ξενοδοχείων Νομού Αρκαδίας

Οι ξενοδοχειακές μονάδες λειτουργούν από τους μήνες Ιανουάριο έως Δεκέμβριο, δηλαδή παρέχουν υπηρεσίες διαμονής όλο τον χρόνο. Στον παρακάτω πίνακα που είναι μία ανάλυση

από πληροφορίες της ΕΛΣΤΑΤ και του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου μπορούμε να παρακολουθήσουμε τις κρατήσεις και τις διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία του Νομού ανά μήνα την τετραετία 2014-2017.

	Ιαν	Φεβ	Μαρ	Απρ	Μαι	Ιουν	Ιουλ	Αυγ	Σεπ	Οκτ	Νοε	Δεκ
2014	26,2%	27,3%	20,1%	18%	17%	10%	11%	10,5%	15%	18%	21%	27%
2015	25,2%	26,7%	24,5%	21%	23%	22,8%	20%	23%	22,1%	25,4%	26,8%	27,6%
2016	26,6%	28%	27,4%	24%	23,2%	18,8%	20%	23%	22,2%	27,1%	25%	28,3%
2017	27,5%	26,2%	27,8%	23%	22,1%	15%	18%	15,4%	19,1%	23%	21%	25,3%

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Νομού, μπορούμε να παρατηρήσουμε έντονα την εποχικότητα, τις χαμηλές και υψηλές περιόδους, καθώς και τον βαθμό στον οποίο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την ανοδική πορεία των ξενοδοχείων και του Τουρισμού του Νομού.

Έτσι, για το έτος 2014, ο μήνας με τις λιγότερες διανυκτερεύσεις είναι ο Ιούνιος, ενώ ξεκάθαρα υπάρχει εποχικότητα χαμηλής περιόδου για τους μήνες Ιούνιο μέχρι Σεπτέμβριο. Υψηλότερος μήνας είναι ο Φεβρουάριος καθώς ο Νομός Αρκαδίας επιλέγεται σαν ταξιδιωτικός προορισμός

περισσότερο χειμερινούς μήνες. Οι διανυκτερεύσεις στο ξενοδοχείο για τον μήνα Δεκέμβριο είναι στο 27%, με μεγάλη διαφορά από τους υπόλοιπους μήνες και στη συνέχεια ακολουθεί ο Ιανουάριος με 26,2% διανυκτερεύσεις.

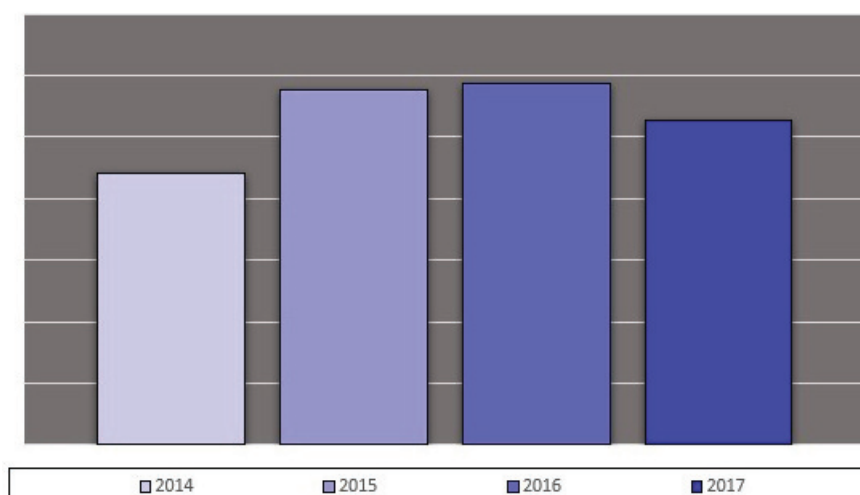
Για το έτος 2015, μπορούμε να διακρίνουμε μια αξιόλογη ανοδική πορεία της επιχείρησης ως επιλογή από επισκέπτες καθώς υπάρχει αύξηση των διανυκτερεύσεων συγκριτικά με το 2014 για όλους τους μήνες.

Σε αυτή την περίπτωση όπως και το έτος 2014 οι χειμερινοί μήνες είναι αυτοί με την μεγαλύτερη πληρότητα, ενώ ακολουθεί το φθινόπωρο με τις λιγότερες διαμονές και ο Μάρτιος στην Τρίτη θέση για την άνοιξη με τις πιο χαμηλές από τις άλλες εποχές διαμονές.

Το έτος του 2016 ενώ τους πρώτους μήνες παρατηρείται ότι συνεχίζεται η ανοδική πορεία του ξενοδοχείου σε σχέση με το έτος 2014 και το 2015, καθώς φτάνουμε προς το τέλος της χρονιάς, υπάρχει πτώση των διαμονών στο ξενοδοχείο. Η πτώση αυτή, συνεχίζεται το έτος 2017 και για όλους τους μήνες, με μεγαλύτερη πληρότητα κρατήσεων στην αρχή του έτους και τους χειμερινούς μήνες.

Η σταδιακή αυτή πτώση που παρουσιάζει το ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού οφείλεται στην εισοδηματική ελαστικότητα που χαρακτηρίζει τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα, καθώς έκανε την εμφάνιση της πιο έντονα η οικονομική κρίση. Μάλιστα η πτώση των διανυκτερεύσεων κατά το έτος 2017 σε σχέση με το έτος 2015, αγγίζει το 40 %, το οποίο είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό. Στο παρακάτω διάγραμμα, μπορούμε να δούμε και το σύνολο των κρατήσεων στο Νομό τα έτη 2014-2017.

Πληρότητα Ετησίως



Στο σύνολο των διανυκτερεύσεων για την τετραετία βλέπουμε ότι το 2015 σε σχέση με το 2014, το ξενοδοχειακό δυναμικό του Νομού είχε μια αρκετά καλή ανοδική πορεία αντίστοιχα και το 2016 με μικρή διαφορά πληρότητας από το 2015. Ενώ το 2017 βλέπουμε μια μεγάλη πτώση πληροτήτων των ξενοδοχείων του Νομού λόγω των συνθηκών που επικρατούν με τα οικονομικά δεδομένα της χώρας. Επισημαίνοντας πάντα ότι ο Νομός αυτός τους χειμερινούς μήνες έχει την μεγαλύτερη πληρότητα σε σχέση με τις άλλες εποχές λόγω και της γεωγραφικής κατάταξης του Νομού που θεωρείται χειμερινός προορισμός.

3.4 SWOT Ανάλυση Νομού Αρκαδίας

Μέσω της της SWOT ανάλυσης εντοπίζουμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία, προσδιορίζουμε τις ευκαιρίες και γνωρίζουμε τις απειλές και τους κινδύνους.

Παρακάτω παρουσιάζεται η swot ανάλυση επιστημονικής έκθεσης που αναφέρεται στη μελέτη αναπτυξιακών δυνατοτήτων της περιφέρειας Πελοποννήσου και συγκεκριμένα του Νομού Αρκαδίας.

Τα ισχυρά σημεία του νομού Αρκαδίας (**Strengths**)

- Η σημαντική γεωγραφική θέση στο κέντρο της Πελοποννήσου

- Η εύκολη πρόσβαση από το αναβαθμισμένο οδικό δίκτυο
- Οι περιβαλλοντικοί πόροι του Νομού
- Η αναβαθμισμένη τουριστική κίνηση του Νομού
- Η επιστημονική δραστηριότητα του Πανεπιστημίου
- Η σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού
- Η παραγωγή προϊόντων ονομασίας προέλευσης

Τα αδύνατα σημεία του νομού Αρκαδίας (**Weaknesses**)

- Ο αυξημένος μέσος όρος ηλικίας του πληθυσμού
- Το μεγάλο μέγεθος του αγροτικού πληθυσμού
- Η περιορισμένη εκβιομηχάνιση
- Η εσωστρέφεια των επιχειρήσεων
- Το μικρό μέγεθος και η περιορισμένη εμβέλεια των επιχειρήσεων
- Η έλλειψη κατάλληλου στελεχιακού δυναμικού
- Η περιορισμένη εκμετάλλευση της τεχνολογίας
- Οι αδυναμίες στην διακίνηση και εμπορία αγροτικών προϊόντων
- Η προβληματική προώθηση και διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών
- Η έλλειψη επαρκών υποδομών

Οι ευκαιρίες του νομού Αρκαδίας (**Opportunities**)

- Ο αναβαθμισμένος ρόλος των Περιφερειών στο περιβάλλον της Ε.Ε.
- Η δημιουργική αξιοποίηση των οικονομικών ενισχύσεων από την Ε.Ε.
- Η αξιοποίηση των φυσικών και τουριστικών πόρων του Νομού
- Η αξιοποίηση των βιολογικών προϊόντων του Νομού
- Η παραγωγή προϊόντων ονομασίας προέλευσης

- Η παραγωγή και συσκευασία αγροτικών προϊόντων για εξαγωγή
- Η ενδυνάμωση των εμπορικών συναλλαγών με φορείς του εξωτερικού
- Η διάχυση της γνώσης που παράγεται στο Πανεπιστήμιο
- Η παραγωγική εφαρμογή της γνώσης που παράγεται στο Πανεπιστήμιο
- Η αξιοποίηση του διαδικτύου για την προβολή του Νομού

Οι απειλές για το νομό (**Threats**)

- Η αδυναμία διαμόρφωσης στρατηγικού ρόλου
- Η πληθυσμιακή συρρίκνωση
- Η αύξηση του μέσου όρου ηλικίας του Νομού
- Η περιορισμένη δυναμική των επιχειρήσεων
- Το έλλειμμα σε υποδομή νέων τεχνολογιών
- Η προβληματική προώθηση και διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών

Κεφάλαιο 4

Ανάλυση Ισολογισμών Ξενοδοχειακών Μονάδων Νομού Αρκαδίας

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει ανάλυση των ισολογισμών των ξενοδοχειακών μονάδων του Νομού Αρκαδίας. Οι ισολογισμοί αυτοί είχαν αναρτηθεί στο ΓΕΜΗ και από εκεί χρησιμοποιήθηκαν για την διεξαγωγή της εργασίας αυτής καθώς επίσης και να καταλάβουμε εκτός από στατιστικά και αλλά και οικονομικά τις λειτουργίες των ξενοδοχείων. Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις έχουν συνταχθεί με βάση των κατηγοριών του άρθρου 2 του νόμου 4308/2014.

4.1 Ανάλυση Ισολογισμού Ξενοδοχείου – «ΑΙΓΛΗ-BYTINA»



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.
Δ/ση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100
Πληροφορίες: ARKADIA admin
Τηλέφωνο: 2710227141
Fax: 2710233738
E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 25/09/2017
Αριθ.Πρωτ.: 910559

Συνημ.:
Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας με την επωνυμία «ΟΛ. κ ΦΩΤ. ΦΙΛΗ Ι.Κ.Ε.».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την 25/09/2017 καταχωρίστηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1187217, οι εγκεκριμένες από την 25/08/2017 Συνέλευση των εταίρων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας με την επωνυμία «ΟΛ. κ ΦΩΤ. ΦΙΛΗ Ι.Κ.Ε.», το διακριτικό τίτλο «ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΙΓΛΗ ΒΥΤΙΝΑ» και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. «122618414000», για τη χρήση 01/01/2016 έως 31/12/2016.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.



Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Κοινοποίηση:

1. Εταιρεία: ΟΛ. κ ΦΩΤ. ΦΙΛΗ Ι.Κ.Ε.
Δ/ση: ΒΥΤΙΝΑ 0
Τ.Κ.: 22010, ΒΥΤΙΝΑ

ΟΛ & ΦΩΤ ΦΙΛΗ ΙΚΕ				
		ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΑΙΓΛΗ		
		ΑΡΙΘΜΟΣ ΓΕΜΗ 122618499000		
		ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31/12/2016		
		ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 1/1/2016-31/12/2016		
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
- Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		Σημειώσεις	2016	2015
-	<u>Ενσώματα πάγια</u>			
	Ακίνητα		53544,88	60.680,04
	Μηχανολογικός εξοπλισμός			
	Λοιπός εξοπλισμός		1295,05	1.639,04
	Επενδύσεις σε ακίνητα			
	Βιολογικά περιουσιακά στοιχεία			
	Λοιπά ενσώματα στοιχεία			
	Ενσώματα πάγια		54839,93	62.319,08
-	<u>Άυλα πάγια στοιχεία</u>			
	Δαπάνες ανάπτυξης			
	Υπεραξία			
	Λοιπά άυλα			
	Άυλα πάγια στοιχεία		0,00	0,00
	Προκαταβολές και μη κυκλοφορούντα στοιχεία υπό κατασκευή			
-	<u>Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία</u>			
	Δάνεια και απαιτήσεις		352,16	352,16
	Διακρατούμενες έως τη λήξη επενδύσεις			
	Συμμετοχές σε θυγατρικές, συγγενείς και κοινοπραξίες			
	Διαθέσιμα για πώληση			
	Στοιχεία προοριζόμενα για αντιστάθμιση			
	Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία		352,16	352,16
	Αναβαλλόμενοι φόροι			
	Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		55192,09	62.671,24
- Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία				
-	<u>Αποθέματα</u>			
	Έτοιμα και ημιτελή προϊόντα			
	Εμπορεύματα			
	Πρώτες ύλες και διάφορα υλικά		240,36	738,62
	Βιολογικά περιουσιακά στοιχεία			
	Προκαταβολές για αποθέματα			
	Λοιπά αποθέματα			
	Αποθέματα		240,36	738,62
-	<u>Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές</u>			
	Εμπορικές απαιτήσεις		0,01	720
	Δουλευμένα έσοδα περιόδου			
	Λοιπές απαιτήσεις		57.250,08	58.516,37
	Εμπορικό χαρτοφυλάκιο			
	Προπληρωμένα έξοδα			
	Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα		56210,54	45.147,58
	Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές		113.460,63	104.383,95

Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		113.700,99	105.122,57
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		168.893,08	167.793,81

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

	Σημειώσεις	2016	2015
Καθαρή Θέση			
<u>Καταβεβλημένα κεφάλαια</u>			
Κεφάλαιο		152604,54	152604,54
Υπέρ το άρτιο			
Καταθέσεις ιδιοκτητών		2934,7	2.934,70
Ίδιοι τίτλοι			
Καταβεβλημένα κεφάλαια		155539,24	155.539,24
<u>Διαφορές εύλογης αξίας</u>			
Διαφορές αξίας ενσώματων παγίων			
Διαφορές αξίας διαθέσιμων για πώληση			
Διαφορές αξίας στοιχείων αντιστάθμισης ταμειακών ροών			
Διαφορές εύλογης αξίας			
<u>Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέον</u>			
Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού			
Αφορολόγητα αποθεματικά			
Αποτελέσματα εις νέον		-30555,6	-31.247,15
Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέον		-30555,6	-31.247,15
Συναλλαγματικές διαφορές			
Καθαρή θέση		124983,64	124.292,09
Προβλέψεις			
Προβλέψεις για παροχές σε εργαζόμενους			
Λοιπές προβλέψεις			
Προβλέψεις			
Υποχρεώσεις			
<u>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</u>			
Δάνεια		28716,62	28.114,90
Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Κρατικές επιχορηγήσεις		11303,98	13.079,96
Αναβαλλόμενοι φόροι			
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		40020,6	41.194,86
<u>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</u>			
Τραπεζικά Δάνεια			
Βραχυπρόθεσμο μέρος μακροπρόθεσμων δανείων			
Εμπορικές υποχρεώσεις		2281,09	1.042,00
Φόρος εισοδήματος			
Λοιποί φόροι και τέλη		1384,69	1.158,87
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης		223,06	106,29
Λοιπές υποχρεώσεις			
Έξοδα χρήσεων δεδουλευμένα			
Έσοδα επομένων χρήσεων			
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		3888,84	2.307,16
Υποχρεώσεις		43909,44	43.502,02
Σύνολο		168893,08	167.793,81

ΟΛ ΚΑΙ ΦΩΤ ΦΙΛΗ ΙΚΕ			
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ			
	Σημειώσεις	2016	2015
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους			
-	Αποτέλεσμα προ φόρων		
-	Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων		
	Κύκλος εργασιών (καθαρός)	24107,95	27.764,59
	Μεταβολές αποθεμάτων (εμπορεύματα, προϊόντα, ημικατ/μένα)	-498,26	155,25
	Λοιπά συνήθη έσοδα		
	Ιδιοπραχθέντα πάγια στοιχεία		
	Αγορές εμπορευμάτων και υλικών	-2142,72	-2.440,03
	Παροχές σε εργαζομένους	-2467,31	-1.837,03
	Αποσβέσεις	-7479,15	-7.479,15
	Λοιπά έξοδα και ζημιές	-9004,96	-9.806,63
	Απομειώσεις περιουσιακών στοιχείων (καθαρό ποσό)		
	Κέρδη & ζημιές από διάθεση μη κυκλοφορούντων στοιχείων		
	Κέρδη & ζημιές από επιμέτρηση στην εύλογη αξία		
	Έσοδα συμμεταχών και επενδύσεων		
	Κέρδος από αγορά οντότητας ή τμήματος σε τιμή ευκαιρίας		
	Λοιπά έσοδα και κέρδη	1775,98	1.771,88
	Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	4291,53	8.128,88
	Πιστωτικοί τόκοι και συναφή έσοδα		
	Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	-3599,98	-2.868,17
	Αποτέλεσμα προ φόρων	691,55	5.260,71
	Φόροι εισοδήματος		-800
	Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	691,55	4.460,71

Σύμφωνα με τον δημοσιευμένο ισολογισμό της εταιρίας ΑΙΓΛΗ - BYTINA στα τέλη του 2016, το σύνολο του ενεργητικού της εταιρίας ήταν 168.893,08 €. Το σύνολο των παγίων ήταν διαμορφωμένο στα 54839,93 € και οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις, έφταναν τα 40.020,60 € το σύνολο των υποχρεώσεων για το ίδιο έτος είναι 168.893,08 €. Συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, το αντίστοιχο ποσό ήταν 167.793,81 €. Ακόμα παρατηρείται το αποτέλεσμα της χρονιάς ότι ήταν θετικό καθώς τα αποτελέσματα προ φόρων ανέρχονταν στα 691,55 € και τα αποτελέσματα μετά φόρων στα 691,55 €.

Δεν παρατηρείται κάποια ζημία της εταιρείας και για τα δύο έτη αλλά βλέπουμε ότι η πραγματική οικονομική κατάσταση της εταιρείας δεν είναι ικανοποιητική και ανταποκρίνεται στην εμφανιζόμενη εικόνα του ισολογισμού της κλειόμενης χρήσεως όσον αφορά την εικόνα της εταιρείας καθώς και όπως προκύπτει από τη μέχρι τώρα πορεία των εργασιών της εταιρείας ότι η επόμενη χρήση θα είναι καλύτερη και θα αναμένεται ότι θα είναι σε πιο σταθεροποιητική πορεία.

4.2 Ανάλυση Ισολογισμού – Λεβίδι Σουίτες Τρίπολη



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.
Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100
Πληροφορίες: ARKADIA admin
Τηλέφωνο: 2710227141
Fax: 2710233738
E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 23/10/2018
Αριθ.Πρωτ.: 1405587

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης με την επωνυμία «**Ν.ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την **23/10/2018** καταχωρίστηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με **Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1535746**, οι εγκεκριμένες από την 10/09/2018 Συνέλευση των εταίρων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης με την επωνυμία «**Ν.ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**», το διακριτικό τίτλο «**ΜΟΥΣΕΣ Μ Ε.Π.Ε.**» και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. «**29305314000**», για τη χρήση 01/01/2017 έως 31/12/2017.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΦΡΑΓΙΣ



Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Κοινοποίηση:

1. Εταιρεία: **Ν.ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ**

Ν. ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΕΠΕ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ (ΧΡΗΣΗ 10η) ΑΡ.Γ.Ε.ΜΗ. 29305314000

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31-12-2017			
Περιουσιακά Στοιχεία		2016	2017
Πάγια		2.658.549,04 €	2.659.172,19 €
Μείον: Αποσβεσμένα	420.480,38 €		567.332,25 €
	Απομειωμένα	- €	- €
		420.480,38 €	567.332,25 €
Αποθέματα		1.199,40 €	1.836,50 €
Απαιτήσεις		63.762,26 €	55.971,03 €
	Προκαταβολή και έσοδα εισπρακτέα	860,00 €	- €
Λοιπά		119.469,41 €	45.137,73 €
Σύνολο Ενεργητικού		2.423.359,73 €	2.194.785,20 €
Καθαρή Θέση & Υποχρεώσεις			
Κεφάλαια και αποθεματικά		416.869,89 €	141.236,28 €
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		1.842.391,38 €	2.008.316,63 €
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		164.098,46 €	45.232,29 €
Σύνολο Καθαρής Θέσης & Υποχρεώσεων		2.423.359,73 €	2.194.785,20 €
		- €	- €

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ 31.12.2017		
	2016	2017
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	112.603,19 €	112.202,78 €
Λοιπά συνήθη έσοδα		- €
Μεταβολές αποθεμάτων (εμπορευμάτα κ.λ.)	5,87 €	637,10 €
Αγορές εμπορευμάτων και υλικών	11.650,28 €	11.934,21 €
Παροχές σε εργαζόμενους	12.666,56 €	13.668,60 €
Αποσβέσεις ενσώματων παγίων και άυλων στοιχείων	146.874,35 €	146.851,87 €
Λοιπά έξοδα και ζημιές	39.635,28 €	47.386,96 €
Λοιπά έσοδα και κέρδη	- €	- €
Τόκοι και συναφή κονδύλια (καθαρό ποσό)	141.971,67 €	168.014,25 €
Αποτελέσματα προ φόρων	- 240.189,08 €	- 275.016,01 €
Φόροι	800,00 €	800,00 €
Αποτελέσματα περιόδου μετά φόρου	- 240.989,08 €	- 275.816,01 €
	- €	- €

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ ΤΗΣ 31ΗΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016 ΤΗΣ ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΗΣ ΟΝΤΟΤΗΤΑΣ «Ν ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ» ΑΡ.Μ.ΓΕΜΗ 29305314000 ΛΕΒΙΔΙ ΑΡΚΑΔΙΑΣ Τ.Κ. 22002	
Α. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	
1. Η εταιρεία λειτουργεί ως συνεχιζόμενη δραστηριότητα.	
2. Η εταιρεία εμπίπτει στις οντότητες της παραγράφου 2(α) του άρθρου 1 και κατατάσσεται στην κατηγορία των πολύ μικρών οντοτήτων του άρθρου 2 του νόμου 4308/2014.	
3. Οι παρούσες χρηματοοικονομικές καταστάσεις έχουν συνταχθεί σε πλήρη συμφωνία με τον νόμο 4308/2014	
Β. ΛΟΙΠΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	
Η εταιρεία έχει συντάξει συνοπτικό ισολογισμό και συνοπτική κατάσταση αποτελεσμάτων βάσει της παραγράφου 7 του άρθρου 16 του νόμου 4308/2014.	

Ο ΜΟΝΑΔΙΚΟΣ ΕΤΑΙΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΕ

Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ

ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΑΖ724006



ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΑΔΤ ΑΜ328119
Α.Α.0108008



Παρατηρούμε ότι ο κύκλος των εργασιών του ξενοδοχείου το 2017 έφτασε τις 112.202,78 € αντί των 112.603,19 € τον προηγούμενο χρόνο, μία μείωση δηλαδή της τάξεως 0,36%.

Συγκεκριμένα μπορούμε να δούμε ότι ο τζίρος από την διαμονή αυξήθηκε στο ποσό των 94.921,18 € από 90.234,47 € που ήταν το προηγούμενο έτος. Η αύξηση δηλαδή είναι περίπου στο 5,2%. Αντίθετα οι πωλήσεις των εμπορευμάτων μειώθηκαν στο ποσό των 17.281,60 € από 22.579.20 € που καταγράφηκε το προηγούμενο έτος. (ΓΕΜΗ από έκθεση διαχειριστή της Ν.ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΕΠΕ)

Βλέπουμε επίσης και ότι οι αγορές των προϊόντων και οι λειτουργικές δαπάνες ανήλθαν στο ποσό των 72.989,77 € μειούμενες κατά περίπου 11% σε σχέση με τα 63.895,85 € που ήταν στην προηγούμενη χρήση. (ΓΕΜΗ από έκθεση διαχειριστή της Ν.ΠΡΑΓΚΑΣΤΗΣ ΜΕΠΕ)

4.3 Ανάλυση Ισολογισμού – Νερίδα



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.

Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21

Τ.Κ.: 22100

Πληροφορίες: ARKADIA admin

Τηλέφωνο: 2710227141

Fax: 2710233738

E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 25/10/2018

Αριθ.Πρωτ.: 1247216

Συνημ:

Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας με την επωνυμία «**ΝΕΡΙΔΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την **25/10/2018** καταχωρίσθηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με **Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1540178**, οι εγκεκριμένες από την 31/07/2018 Συνέλευση των εταίρων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας με την επωνυμία «**ΝΕΡΙΔΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**», και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. «**29272014000**», για τη χρήση 01/01/2017 έως 31/12/2017.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΤΕΡΓΙΟΥ



Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Κοινοποίηση:

1. Εταιρεία: **ΝΕΡΙΔΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**

ΝΕΡΙΔΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017
..η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017)

ΓΕΜΗ: 29272014000

		31/12/2017		31/12/2016
Περιουσιακά στοιχεία				
Πάγια	1.402.145,10		1.397.866,30	
Μείον: Αποσβεσμένα	354.638,94		276.269,23	
Απομειωμένα	0,00	1.047.506,16	0,00	1.121.597,07
Αποθέματα		1.894,10		726,29
Απαιτήσεις		732.530,93		719.783,44
Προκαταβολές και έσοδα εισπρακτέα		0,00		0,00
Λοιπά		33.003,45		13.065,00
Σύνολο ενεργητικού		1.814.934,64		1.855.171,80
Καθαρή θέση και υποχρεώσεις				
Κεφάλαια και αποθεματικά		143.040,74		205.783,97
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		1.659.190,11		1.636.642,72
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		12.703,79		12.745,11
Σύνολο καθαρής θέσης και υποχρεώσεων		1.814.934,64		1.855.171,80

ΝΕΡΙΔΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ 'ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ'
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017 (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ- 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017)

	31/12/2017	31/12/2016
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	108.561,69	112.237,97
Λοιπά συνήθη έσοδα	0,00	
Μεταβολές αποθεμάτων (εμπορεύματα, προϊόντα, ημικατ/μένα)	-1.167,81	-171,60
Αγορές εμπορευμάτων και υλικών	21.103,97	17.664,55
Παροχές σε εργαζόμενους	17.527,51	11.842,55
Αποσβέσεις ενσωμάτων παγίων και άυλων στοιχείων	78.369,71	77.462,97
Λοιπά έξοδα και ζημιές	21.610,00	24.649,38
Λοιπά έσοδα και κέρδη	0,00	-76,62
Τόκοι και συναφή κονδύλια (καθαρό ποσό)	33.861,54	38.993,00
Αποτέλεσμα προ φόρων	-62.743,23	-58.279,50
Φόροι	0,00	
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	-62.743,23	-58.279,50

Όπως διακρίνουμε από τον ισολογισμό του ξενοδοχείου ΝΕΡΙΔΑ προκύπτει και από τα δύο έτη ότι ο κύκλος εργασιών της κλειόμενης χρήσης 2017 ανήλθε σε 108561,69 € σε σχέση με το προηγούμενο έτος που ήταν στα 112.237,97 €. Επίσης οι ζημιές έφτασαν στα 62743, 23 € την τρέχουσα χρήση ενώ στην προηγούμενη ήταν στα 58.279,50 €. Ως αποτέλεσμα αυτών προκύπτει για την κλειόμενη χρήση του 2017 ότι η πορεία της εταιρείας δεν ήταν τόσο καλή εφόσον υπήρχε οριακά κερδοφόρος.

4.4 Ανάλυση Ισολογισμού – Παραδοσιακός Ξενώνας ΚΑΖΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.
Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100
Πληροφορίες: ARKADIA admin
Τηλέφωνο: 2710227141
Fax: 2710233738
E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 21/09/2017
Αριθ.Πρωτ.: 910535

Συνημ:
Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ - ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την **21/09/2017** καταχωρίσθηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης **1180926**, οι εγκεκριμένες από την 25/08/2017 Γενική Συνέλευση των μετόχων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ - ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ», το διακριτικό τίτλο «ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ Α.Ε.» και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. **121579914000** για τη χρήση 01/01/2016 έως 31/12/2016.
Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

Σχετικό έγγραφο Ελέγχου της ΠΕ Αρκαδίας (Αρ. Πρωτ.: 1958 / 13/09/2017).

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ



Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Κοινοποίηση:

1. ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ - ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ»
0, 22007, ΔΗΜΗΤΣΑΝΑ
2. ΠΕ Αρκαδίας
Δ/ση Ανάπτυξης
Τμήμα Ανωνύμων Εταιριών
, ,

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ			
ΑΡΙΘΜΟΣ ΓΕΜΗ 121579999000 ΑΡΜΑΕ 44990/21/Β/00/001			
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31/12/2016			
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 1/1/2016-31/12/2016			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
- Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		Σημειώσεις	
		2016	2015
-	Ενσώματα πάγια		
	Ακίνητα	315002,72	342.180,40
	Μηχανολογικός εξοπλισμός		
	Λοιπός εξοπλισμός	27174,88	30.684,72
	Επενδύσεις σε ακίνητα		
	Βιολογικά περιουσιακά στοιχεία		
	Λοιπά ενσώματα στοιχεία		
	Ενσώματα πάγια	342177,6	372.865,12
-	Άυλα πάγια στοιχεία		
	Δαπάνες ανάπτυξης		
	Υπεραξία		
	Λοιπά άυλα	8301,51	9.251,51
	Άυλα πάγια στοιχεία	8301,51	9.251,51
	Προκαταβολές και μη κυκλοφορούντα στοιχεία υπό κατασκευή		
-	Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία		
	Δάνεια και απαιτήσεις		
	Διακρατούμενες έως τη λήξη επενδύσεις		
	Συμμετοχές σε θυγατρικές, συγγενείς και κοινοπραξίες		
	Διαθέσιμα για πώληση		
	Στοιχεία προοριζόμενα για αντιστάθμιση		
	Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία	0,00	0,00
	Αναβαλλόμενοι φόροι		
	Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία	350479,11	382.116,63
-	Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		
-	Αποθέματα		
	Έτοιμα και ημιτελή προϊόντα		
	Εμπορεύματα		
	Πρώτες ύλες και διάφορα υλικά	318,4	224,8
	Βιολογικά περιουσιακά στοιχεία		
	Προκαταβολές για αποθέματα	0	
	Λοιπά αποθέματα		
	Αποθέματα	318,4	224,8
-	Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές		
	Εμπορικές απαιτήσεις	292,61	22,28
	Δουλεωμένα έσοδα περιόδου		
	Λοιπές απαιτήσεις	56996,95	89.735,72
	Εμπορικό χαρτοφυλάκιο		
	Προπληρωμένα έξοδα		
	Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	75602,11	8.971,18
	Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές	132891,67	98.729,18
	Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία	133210,07	98.953,98

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			483689,18	481.070,61
ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
		Σημειώσεις	2016	2015
- Καθαρή θέση				
-	<u>Καταβληθέντα κεφάλαια</u>			
	Κεφάλαιο		589.900,00	589.900,00
	Υπέρ το όρτιο			
	Καταθέσεις ιδιοκτητών			
	Ίδιοι τίτλοι			
	Καταβληθέντα κεφάλαια		589.900,00	589.900,00
-	<u>Διαφορές εύλογης αξίας</u>			
	Διαφορές αξίας ενσώματων παγίων		8099,09	8099,09
	Διαφορές αξίας διαθέσιμων για πώληση			
	Διαφορές αξίας στοιχείων αντιστάθμισης ταμειακών ροών			
	Διαφορές εύλογης αξίας		0,00	0,00
-	<u>Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο</u>			
	Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού		985,08	985,08
	Αφορολόγητα αποθεματικά			
	Αποτελέσματα εις νέο		-256326,21	-230.878,31
	Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο		-247242,04	-221.794,14
	Συναλλαγματικές διαφορές			
	Καθαρή θέση		342657,96	368.105,86
- Προβλέψεις				
	Προβλέψεις για παροχές σε εργαζομένους			
	Λοιπές προβλέψεις			
	Προβλέψεις		0,00	0,00
- Υποχρεώσεις				
-	<u>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</u>			
	Δάνεια			
	Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις			
	Κρατικές επιχορηγήσεις		139077,45	108.595,03
	Αναβαλλόμενοι φόροι			
	Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		139077,45	108.595,03
-	<u>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</u>			
	Τραπεζικά δάνεια			
	Βραχυπρόθεσμο μέρος μακροπρόθεσμων δανείων			
	Εμπορικές υποχρεώσεις		2825,4	3.608,29
	Φόρος εισοδήματος			
	Λοιποί φόροι και τέλη		-1788,47	-518,75
	Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης			
	Λοιπές υποχρεώσεις		916,84	1.280,18
	Έσοδα χρήσεων δουλεωμένα			
	Έσοδα επόμενων χρήσεων			
	Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		1953,77	4.369,72
	Υποχρεώσεις		141031,22	112.964,75
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ			483689,18	481.070,61

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΚΑΖΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ			
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ			
	Σημειώσεις	2016	2015
- Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους			
- Αποτέλεσμα προ φόρων			
- Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων			
Κύκλος εργασιών (καθαρός)		32731,03	29.882,93
Μεταβολές αποθεμάτων (εμπορεύματα, προϊόντα, ημικατ/μένα)		93,6	38
Λοιπά συνήθη έσοδα			
Ίδιοπαραχθέντα πάγια στοιχεία			
Αγορές εμπορευμάτων και υλικών		-3715,72	-3.542,65
Παροχές σε εργαζομένους			
Αποσβέσεις		-32901,24	-34.263,62
Λοιπά έξοδα και ζημιές		-26719,98	-13.401,80
Απομειώσεις περιουσιακών στοιχείων (καθαρό ποσό)			
Κέρδη & ζημιές από διάθεση μη κυκλοφορούντων στοιχείων			
Κέρδη & ζημιές από επιμέτρηση στην εύλογη αξία			
Έσοδα συμμετοχών και επενδύσεων			
Κέρδος από αγορά οντότητας ή τμήματος σε τιμή ευκαιρίας			
Λοιπά έσοδα και κέρδη		5064,41	-2.879,16
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων		-25447,9	-18.407,98
Πιστωτικοί τόκοι και συναφή έσοδα			
Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα			
Αποτέλεσμα προ φόρων		-25447,09	-18407,98
Φόροι εισοδήματος			
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους		-25447,9	-18407,98

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΔΣ & Δ/ΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΚΩΝ/ΝΟΣ ΚΑΖΑΣ ΑΔΤ Μ 449118

ΔΗΜΗΤΣΑΝΑ 31/5/2017
Η ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΜΑΡΙΑ ΤΣΙΤΟΥΡΑ ΑΔΤ Π 119451

Όπως παρατηρούμε από τον ισολογισμό του καταλύματος αυτού, προκύπτει ότι ο κύκλος εργασιών της κλειόμενης χρήσεως ανήλθε σε 32.731,03 €. Τα αποτελέσματα χρήσεως ανήλθαν σε ζημία 25.447,90 € σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι η πορεία της εταιρείας δεν κρίνεται γενικά ικανοποιητική καθώς διακρίνονται ζημιές για τα έτη 2015 και 2016 18.407,98 € και 25.224,9 € αντίστοιχα.

Η πραγματική οικονομική κατάσταση της εταιρείας όπως φαίνεται δεν είναι και τόσο ικανοποιητική και ανταποκρίνεται στην εμφανιζόμενη εικόνα του ισολογισμού της κλειόμενης χρήσεως.

4.5 Ανάλυση Ισολογισμού – ΤΡΙΠΟΛΗ CITY



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.
Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100
Πληροφορίες: ARKADIA admin
Τηλέφωνο: 2710227141
Fax: 2710233738
E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 20/02/2018
Αριθ.Πρωτ.: 941885

Συνημ:
Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «**GA-MA ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την **20/02/2018** καταχωρίσθηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με **Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1332667**, οι εγκεκριμένες από την 08/09/2017 Γενική Συνέλευση των μετόχων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «GA-MA ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ», το διακριτικό τίτλο «GA-MA REAL ESTATE A.E.» και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. **5521001000** για τη χρήση 01/01/2016 έως 31/12/2016.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

Σχετικό έγγραφο Ελέγχου της ΠΕ Αρκαδίας (Αρ. Πρωτ.: 2153/2017 / 06/02/2018).

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ

ΕΥΓΕΝΙΑ ΕΞΑΝΕΤΟΠΟΥΛΟΥ
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Ισολογισμός 31ης Δεκεμβρίου 2016 -Ατομικές
χρηματοοικονομικές καταστάσεις (Χρηματοοικονομικά
στοιχεία σε κόστος κτήσης)

GA MA ΕΚΜΕΤΑΛΕΥΣΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ Α.Ε., Α.Φ.Μ. : 999398898 Δ.Ο.Υ.
Τριπόλεως, Φορολογικό έτος:2016, περιόδου (01/01/2016-31/12/2016), ΑΡ.
Γ.Ε.ΜΗ.: 005521001000

Ποσά σε μονάδες ευρώ

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		
<i>Ενσώματα πάγια</i>		
Ακίνητα	10.859.212,48	9.367.087,52
Λοιπός εξοπλισμός	385.298,07	428.097,58
Σύνολο	11.244.510,55	9.795.185,10
<i>Άυλα πάγια στοιχεία</i>		
Λοιπά άυλα	150.176,43	2.029.119,75
Σύνολο	150.176,43	2.029.119,75
Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία		
Λοιπά		5.615,00
Σύνολο		5.615,00
Σύνολο μη κυκλοφορούντων	11.394.686,98	11.829.919,85
Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		
<i>Αποθέματα</i>		
Πρώτες ύλες και διάφορα υλικά	969,48	6.041,00
Λοιπά αποθέματα	1.896,77	
Σύνολο	2.866,25	6.041,00

Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές

Εμπορικές απαιτήσεις	26.569,16	22.655,38
Λοιπές απαιτήσεις	228.989,43	282.628,04
Προπληρωμένα έξοδα	408,63	800,00
	5.957,66	26.872,81
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα		
Σύνολο	261.924,88	332.956,23
Σύνολο κυκλοφορούντων	264.791,13	338.997,23
Σύνολο ενεργητικού	11.659.478,11	12.168.917,08
Καθαρή θέση		
<i>Καταβλημένα κεφάλαια</i>		
Κεφάλαιο	7.415.100,00	4.346.000,00
Καταθέσεις ιδιοκτητών	49.000,00	95.350,00
Σύνολο	7.464.100,00	4.441.350,00
Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο		
Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού	54.000,00	
Αφορολόγητα αποθεματικά	1.305.150,00	1.305.150,00
Αποτελέσματα εις νέο	1.020.627,76	(2.548.411,21)
Σύνολο	2.379.777,76	(1.243.261,21)
Σύνολο καθαρής θέσης	9.843.877,76	3.198.088,79
Υποχρεώσεις		
<i>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>		
Δάνεια		4.675.186,54
Σύνολο		4.675.186,54
<i>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>		
Τραπεζικά δάνεια	244.616,02	242.880,13

Βραχυπρόθεσμο μέρος μακροπροθέσμων δανείων		2.653.771,75
Εμπορικές υποχρεώσεις	217.968,05	188.369,00
Φόρος εισοδήματος		1.088,20
Λοιποί φόροι και τέλη	168.149,88	94.444,83
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	235.260,11	144.442,05
Λοιπές υποχρεώσεις	943.875,32	957.686,60
Έξοδα χρήσεως δουλευμένα	5.730,97	12.959,19
Σύνολο	1.815.600,35	4.295.641,75
Σύνολο υποχρεώσεων	1.815.600,35	8.970.828,29
Σύνολο καθαρής θέσης, προβλέψεων και υποχρεώσεων	1.659.478,11	12.168.917,08

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	241.275,26	269.211,01
Κόστος πωλήσεων	(796.705,97)	(307.425,51)
Μικτό αποτέλεσμα	(555.430,71)	(38.214,50)
Λοιπά συνήθη έσοδα		2.306,55
	(555.430,71)	(35.907,95)
Έξοδα διοίκησης	(119.362,77)	(49.932,69)
Έξοδα διάθεσης	(33.083,94)	(20.634,11)
Λοιπά έξοδα και ζημιές	(63.165,59)	(215.605,24)
Λοιπά έσοδα και κέρδη	4.685.195,20	18.254,60
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	3.914.152,19	(303.825,39)
Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	(291.113,22)	(497.107,00)
Αποτέλεσμα προ φόρων	3.623.038,97	(800.932,39)
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	3.623.038,97	(800.932,39)

Με βάση τον ισολογισμό του ξενοδοχείου στα τέλη του 2016 παρατηρούμε ότι υπάρχει μεγάλη κεφαλαιακή επάρκεια χάρη στην οποία δεν δημιουργείται προς το παρόν ανησυχία για την εταιρεία. Επίσης ο κύκλος εργασιών το 2016 μειώθηκε στα 241.275,26 € σε σχέση με την προηγούμενη χρήση που ήταν στα 269.211,01 €. Αυτό οφείλεται στην αυξημένη κόστους λειτουργία του ξενοδοχείου σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Η πορεία της εταιρείας προβλέπεται σταθερή με πιθανότητες περαιτέρω μείωσης του κύκλου εργασιών στην επόμενη χρήση, λόγω της οικονομικής ύφεσης που βρίσκεται η χώρα μας, αλλά και από το πρόβλημα ρευστότητας που παρουσιάζει η εταιρεία παρά τη μεγάλη κεφαλαιακή της επάρκεια.

Η πραγματική οικονομική κατάσταση της εταιρείας ανταποκρίνεται στην εμφανιζόμενη εικόνα του ισολογισμού της κλειόμενης χρήσης. Ενδεικτικοί, για την φύση της επιχείρησης, χρηματοοικονομικοί δείκτες με βάση τις οικονομικές καταστάσεις της παρούσας χρήσεως και της προηγούμενης έχουν ως ακολούθως:

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

Οικονομικοί αριθμοδείκτες (δείκτες κερδοφορίας)

		ΧΡΗΣΗ 2016	ΠΟΣ.	ΧΡΗΣΗ 2015	ΠΟΣ.
			%		%
Δείκτης Μικτού Κέρδους	<u>Μικτό Κέρδος</u>	-555.430,71	-	-38.214,50	
(Gross Profit Margin)	Καθαρές Πωλήσεις	241.275,26	230,21	269.211,01	-14,19
Δείκτης Κόστ.Πωληθ.προς Πωλήσεις	<u>Κόστος Πωληθέντων</u>	796.705,97	330,21	307.435,51	114,20
	Πωλήσεις	241.275,26		269.211,01	

Αριθμοδείκτες δραστηριότητας (Activity Ratios)

Μετράνε την ένταση με την οποία χρησιμοποιείται το κεφάλαιο

Δείκτης κυκλοφ.ταχύτητας ενεργητικού	<u>Καθαρές πωλήσεις</u>	241.275,26		269.211,01	
(Asset turnover ratio)	Σύνολο ενεργητικού	11.659.428,11	2,07	12.168.917,08	2,21
Δείκτης κυκλοφ.ταχ.ιδίων κεφαλαίων	<u>Καθαρές πωλήσεις</u>	241.275,26		269.211,01	
(Owner's equity turnover ratio)	Ίδια κεφάλαια	9.843.877,76	2,45	3.198.088,79	8,42

Αριθμοδείκτες διαρθρώσεως (Financial structure ratios)

Δείκτης οικονομικής αυτάρκειας	<u>Ίδια κεφάλαια</u>	9.843.877,76	542,18	3.198.088,79	35,65
	Σύνολο υποχρεώσεων	1.815.600,35		8.970.828,29	

Αριθμοδείκτες ρευστότητας (Liquidity ratios)

Δείκτης γενικής ρευστότητας	<u>Κυκλοφορούν ενεργητικό</u>	264.791,13		338.997,23	
(Current ratio)	βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	1.815.600,35	14,58	4.295.641,75	7,89
Δείκτης πραγματικής ρευστότητας	<u>Κυκλ.ενεργητικό - αποθέματα</u>	261.924,88		332.956,23	
(Acid test ratio)	βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	1.815.600,35	14,43	4.295.641,75	7,75

4.6 Ανάλυση Ισολογισμού – ΑΛΕΞ Τρίπολη



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.
Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100
Πληροφορίες: ARKADIA admin
Τηλέφωνο: 2710227141
Fax: 2710233738
E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 13/10/2017
Αριθ.Πρωτ.: 889146

Συνημ.:
Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης με την επωνυμία «ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ Μονοπρόσωπη Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την 13/10/2017 καταχωρίστηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1216629, οι εγκεκριμένες από την 05/08/2017 Συνέλευση των εταίρων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης με την επωνυμία «ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ Μονοπρόσωπη Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης», το διακριτικό τίτλο «ΑΛΕΞ» και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. «122506114000», για τη χρήση 01/01/2016 έως 31/12/2016.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ

Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/publicity.aspx>

Κοινοποίηση:

- Εταιρεία: ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ Μονοπρόσωπη Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
Δ/νση: Β. ΓΕΩΡΓΙΟΥ Α 26
Τ.Κ.: 22100, ΤΡΙΠΟΛΗ

ΕΥΤΕΝΙΑ ΤΖΑΝΕΤΟΠΟΥΛΟΥ
ΠΡΟΣΤΑΜΕΝΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016

Εταιρεία : ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ με Α.Φ.Μ. :
998036134, Φορολογικό έτος : 2016, περιόδου (01/01/2016 - 31/12/2016) - Δ/νση :
ΓΕΩΡΓΙΟΥ Α 26, ΓΕ.Μ.Η.: 122506199000

Ποσά σε €

<u>Σημείωση</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		
<i>Ενσώματα πάγια</i>		
Ακίνητα	1.228.885,51	1.270.344,58
Μηχανολογικός εξοπλισμός	39,98	522,98
Λοιπός εξοπλισμός	3.423,49	2.697,87
<i>Σύνολο</i>	<u>1.232.348,98</u>	<u>1.273.565,43</u>
Σύνολο μη κυκλοφορούντων	1.232.348,98	1.273.565,43
Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία		
<i>Αποθέματα</i>		
Εμπορεύματα	41,24	72,15
Πρώτες ύλες και διάφορα υλικά		171,00
Προκαταβολές για αποθέματα		66,00
Λοιπά αποθέματα	760,00	
<i>Σύνολο</i>	<u>801,24</u>	<u>309,15</u>
<i>Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές</i>		
Εμπορικές απαιτήσεις	6.086,03	6.099,03
Λοιπές απαιτήσεις	384,67	273,37
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	36.540,01	9.830,35
<i>Σύνολο</i>	<u>43.010,71</u>	<u>16.202,75</u>
Σύνολο κυκλοφορούντων	<u>43.811,95</u>	<u>16.511,90</u>
Σύνολο ενεργητικού	<u>1.276.160,93</u>	<u>1.290.077,33</u>
Καθαρή θέση		
<i>Καταβλημένα κεφάλαια</i>		
Κεφάλαιο	1.446.869,13	1.364.970,88
<i>Σύνολο</i>	<u>1.446.869,13</u>	<u>1.364.970,88</u>
Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο		
Αποτελέσματα εις νέο	(224.212,31)	(190.815,84)
<i>Σύνολο</i>	<u>(224.212,31)</u>	<u>(190.815,84)</u>
Σύνολο καθαρής θέσης	1.222.656,82	1.174.155,04
Υποχρεώσεις		
<i>Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>		
Δάνεια	22.703,15	45.013,94
<i>Σύνολο</i>	<u>22.703,15</u>	<u>45.013,94</u>

<i>Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις</i>		
Εμπορικές υποχρεώσεις	27.621,68	24.679,84
Φόρος εισοδήματος	(194,34)	
Λοιποί φόροι και τέλη	1.241,66	928,75
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	2.131,96	1.498,30
Λοιπές υποχρεώσεις		43.801,46
Σύνολο	30.800,96	70.908,35
Σύνολο υποχρεώσεων	<u>53.504,11</u>	<u>115.922,29</u>
Σύνολο καθαρής θέσης, προβλέψεων και υποχρεώσεων	<u>1.276.160,93</u>	<u>1.290.077,33</u>

Κατάσταση Αποτελεσμάτων κατά λειτουργία 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016 – Ατομικές χρηματοοικονομικές καταστάσεις

Εταιρεία : ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ με Α.Φ.Μ. : 998036134,

Φορολογικό έτος : 2016, περιόδου (01/01/2016 - 31/12/2016) - Δ/νση : ΓΕΩΡΓΙΟΥ Α 26, ΓΕ.Μ.Η.: 122506199000

<u>Σημείωση</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	101.819,44	90.937,06
Κόστος πωλήσεων	86.892,41	78.308,16
Μικτό αποτέλεσμα	<u>14.927,03</u>	<u>12.628,90</u>
	14.927,03	12.628,90
Έξοδα διοίκησης	30.562,34	28.091,34
Έξοδα διάθεσης	45.843,51	42.137,02
Λοιπά έξοδα και ζημιές		0,83
Λοιπά έσοδα και κέρδη	30.917,63	35.334,43
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	<u>(30.561,19)</u>	<u>(22.265,86)</u>
Πιστωτικοί τόκοι και συναφή έσοδα	1,05	0,68
Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	2.836,33	3.697,61
Αποτέλεσμα προ φόρων	<u>(33.396,47)</u>	<u>(25.962,79)</u>
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	<u>(33.396,47)</u>	<u>(25.962,79)</u>

Με βάση τον ισολογισμό της εταιρίας : ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΚΑΛΑΝΤΖΗΣ που έχει αναρτηθεί στο ΓΕΜΗ παρατηρούμε ότι, ο κύκλος εργασιών για την τρέχουσα χρήση (01/01/2016-31/12/2016) ανέρχεται στο ποσό των 101.819,44 €, έναντι 90.937,06 € της προηγούμενης χρήσης. Το καθαρό αποτέλεσμα της τρέχουσας χρήσεως (01/01/2016-31/12/2016) ανέρχεται σε ζημίες 33.396,47 €, έναντι επίσης ζημιών 25.962,79 € της προηγούμενης. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα ίδια κεφάλαια για την τρέχουσα χρήση (01/01/2016-31/12/2016) είναι στα 1.222.656,82 € ενώ το σύνολο των υποχρεώσεων για την ίδια χρήση είναι στα 53.504,11 €.

Με βάση τα αποτελέσματα αυτά των δύο ετών η πορεία της εταιρείας συγκριτικά για τα επόμενα χρόνια προβλέπεται ασφαλής και αποδοτική αν ληφθούν υπόψη οι προσπάθειες για τη μείωση του κόστους λειτουργίας της εταιρείας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι για να επιτευχθεί το παραπάνω πρέπει να υπάρξει ανασυγκρότηση του τμήματος πωλήσεων. (ΓΕΜΗ -Έκθεση διαχείρισεως του διαχειριστή της εταιρείας).

4.7 Ανάλυση Ισολογισμού- GALAXY HOTEL



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΡΚΑΔΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΜΗΤΡΩΟΥ / Υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ.

Δ.νση: 25ης Μαρτίου και Πανός 21
Τ.Κ.: 22100

Πληροφορίες: ARKADIA admin

Τηλέφωνο: 2710227141

Fax: 2710233738

E-mail: info@arcadianet.gr

Τρίπολη, 20/02/2018

Αριθ.Πρωτ.: 954925

Συνημ.:
Οικονομικές Καταστάσεις

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ

Καταχώρισης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.), στοιχείων της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «GALAXY HOTEL ΑΕ ΑΦΟΙ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΜΑΡΙΝΑΚΟΥ».

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Την 20/02/2018 καταχωρίστηκαν στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ.) με Κωδικό Αριθμό Καταχώρισης 1332482, οι εγκεκριμένες από την 04/09/2017 Γενική Συνέλευση των μετόχων οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία «GALAXY HOTEL ΑΕ ΑΦΟΙ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΜΑΡΙΝΑΚΟΥ», και αριθμό Γ.Ε.ΜΗ. 123944714000 για τη χρήση 01/01/2016 έως 31/12/2016.

Οι οικονομικές καταστάσεις με τις σχετικές εκθέσεις όπου από την κείμενη νομοθεσία απαιτούνται αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσας ανακοίνωσης.

Σχετικό έγγραφο Ελέγχου της ΠΕ Αρκαδίας (Αρ. Πρωτ.: 101 / 06/02/2018).

ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ

ΕΥΓΕΝΙΑ ΤΖΑΝΕΤΟΠΟΥΛΟΥ
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

Η γνησιότητα του παρόντος μπορεί να επιβεβαιωθεί από το <https://www.businessregistry.gr/public/epi>

Υπόδειγμα Β.5: Ισολογισμός πολύ μικρών οντοτήτων

GALAXY HOTEL ΑΕ ΑΦΟΙ Κ ΜΑΡΙΝΑΚΟΥ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016 44η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016)				
ΓΕΜΗ: 123944799000				
		31/12/2016		31/12/2015
Περιουσιακά στοιχεία				
Πάγια	1.418.560,70		1.418.560,70	
Μείον: Αποσβεσμένα	1.044.182,41		1.044.182,41	
Απομειωμένα	0,00	374.996,04	0,00	374.996,04
Αποθέματα		548,78		582,58
Απαιτήσεις		456.181,22		476.748,07
Προκαταβολές και έσοδα εισπρακτέα		0,00		0,00
Λοιπά		11.749,43		12.759,84
Σύνολο ενεργητικού		842.865,73		865.086,53
Καθαρή θέση και υποχρεώσεις				
Κεφάλαια και αποθεματικά		546.355,57		564.800,10
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		296.510,16		0,00
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		0,00		300.286,43
Σύνολο καθαρής θέσης και υποχρεώσεων		842.865,73		865.086,53

Υπόδειγμα Β.6: Κατάσταση Αποτελεσμάτων για πολύ μικρές οντότητες

GALAXY HOTEL ΑΕ ΑΦΟΙ Κ ΜΑΡΙΝΑΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016 (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ- 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016)			
	31/12/2016		31/12/2015
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	160.559,33		165.303,05
Λοιπά συνήθη έσοδα	0,00		
Μεταβολές αποθεμάτων (εμπορεύματα, προϊόντα, ημικατ/μένα)	33,80		388,59
Αγορές εμπορευμάτων και υλικών	11.852,59		16.035,63
Παροχές σε εργαζόμενους	109.269,50		89.960,08
Αποσβέσεις ενσωμάτων παγίων και άυλων στοιχείων	0,00		
Λοιπά έξοδα και ζημιές	55.009,92		40.799,74
Λοιπά έσοδα και κέρδη	0,00		-100,00
Τόκοι και συναφή κονδύλια (καθαρό ποσό)	191,54		
Αποτέλεσμα προ φόρων	-15.798,02		18.019,01
Φόροι	33.345,73		4.684,90
Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους	-49.143,75		13.334,11

TRIPOLH 30/4/17

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΔΣ
ΜΑΡΙΝΑΚΟΣ ΚΩΣΤ ΤΟΥ Θ

ΑΤ Λ949072/81

Ο ΔΙΕΥΘ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΜΑΡΙΝΑΚΟΣ ΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ Γ

ΑΤ Χ92931/01

ΔΙΑ ΤΗΝ ΤΣΕΤΟΥΡΑΣ ΙΚ

Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ

ΤΣΕΤΟΥΡΑΣ ΠΑΝ ΤΟΥ Ι
ΑΤΦ211369/01

Από την ανάλυση των ισολογισμών του GALAXY HOTEL προκύπτει ότι ο κύκλος εργασιών της κλειόμενης χρήσης 2016 ανήλθε σε 160.559,33 €. Επίσης από τη χρήση 2016 προέκυψε, ως αποτέλεσμα προ φόρων, ζημία -15.798,02 €. Από τα δυο αυτά στοιχεία και μόνο προκύπτει ότι η κλειόμενη χρήση 2016 υπήρξε ζημιογόνος και γενικά η πορεία της εταιρίας δεν ήταν καλή.

Γενικά όπως προκύπτει από τη μέχρι τώρα πορεία των εργασιών της εταιρείας η τρέχουσα χρήση πιθανώς να είναι ζημιογόνος ή οριακά κερδοφόρος, ενώ ο κύκλος εργασιών εκτιμάται στάσιμος ή με πιθανή μικρή αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρήση.

4.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με την ανάλυση των παραπάνω ισολογισμών είδαμε ότι αρκετές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν εμφανίζουν πρόβλημα εξόφλησης των υποχρεώσεών τους δεδομένου ότι η ρευστότητα τους είναι επαρκής. Βέβαια κάποια από τα ξενοδοχεία είδαμε ότι σχετικά έμειναν στάσιμα ή και με καμία αύξηση κέρδους σε σχέση με το προηγούμενο έτος, καθώς και κάποια είχαν μια μικρή αύξηση. Για παράδειγμα στο ξενοδοχείο Λεβίδι είδαμε ότι η αύξησή του συγκριτικά με το προηγούμενο έτος ήταν γύρω στο 5,2%. Μικρό ποσοστό αλλά για εποχές κρίσης αρκετά αποδεκτό σε σχέση με άλλες μονάδες που ζημιώθηκαν.

Καθώς μία ξενοδοχειακή μονάδα κλείνει με κέρδος, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο, μας δείχνει ότι μπορούν να εξοφληθούν τόσο οι υποχρεώσεις της όσο και να δοθεί κάποιο μέρισμα στους υπάρχοντες μετόχους. Γενικά φαίνεται ότι η αποδοτικότητα των κεφαλαίων των ξενοδοχείων είναι σχετικά καλή. Μπορούμε βέβαια να παρατηρήσουμε και μια μείωση του αριθμοδείκτη γενικής κυκλοφοριακής ταχύτητας, η οποία δείχνει ότι τα περιουσιακά στοιχεία από την επιχείρηση δεν χρησιμοποιούνται συχνά. Ένα πολύ καλό και μεγάλο βήμα από τις επιχειρήσεις για το μέλλον θα είναι να αυξήσουν το βαθμό αξιοποίησης των περιουσιακών τους στοιχείων ή αλλιώς να ρευστοποιήσουν κάποια από αυτά, χρησιμοποιώντας τα χρήματα για την αναβάθμισή τους, πράγμα που θα επιφέρει σχετικά κέρδος.

Με βάση την ανάλυση και τα ευρήματα που έχουμε από τα ξενοδοχεία, μπορούμε να παρατηρήσουμε μια γενική αύξηση στην κυκλοφορία των αποθεμάτων η οποία μας δείχνει ότι η λειτουργία των επιχειρήσεων είναι αποτελεσματική, έχοντας ως αποτέλεσμα τη μείωση του κινδύνου από τη μη χρήση των αποθεμάτων όσο και τη μείωση των εξόδων αποθήκευσης.

Μεγάλο ρόλο λοιπόν από ότι είδαμε έχει παίζει η αύξηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων σε αρκετά στάδια του τουριστικού κλάδου, όπως έχει αναλυθεί στο κεφάλαιο 1. Συνοψίζοντας μπορούμε να δούμε ότι η διασύνδεση των επιχειρήσεων που δεν δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στους ίδιους κλάδους συνιστούν διαφορετικές προτάσεις για τη συνεχή ανάπτυξη τους, οι οποίες θα συμβάλλουν και στην αύξηση του οφέλους καθώς και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους το οποίο είναι αρκετά δυνατό χαρτί για τις ξενοδοχειακές μονάδες. Ο τουρισμός κινείται στην χώρα και ο κόσμος ζητάει το καλύτερο αναγκάζοντας όλες τις επιχειρήσεις να τους το προσφέρει. Σαν αποτέλεσμα το πραγματικό κέρδος της επιχείρησης είναι η καλή διαφήμιση.

Όσον αφορά τον νομό Αρκαδίας πρέπει να γίνουν και εκεί κάποιες ριζικές αλλαγές ώστε να μπορεί να προσελκύσει περισσότερο κόσμο. Το γενικό συμπέρασμα για τον νομό είναι ότι σε σχέση με την εθνική οικονομία η θέση της οικονομίας του είναι δυσμενέστερη. Μέσω της SWOT ανάλυσης επικεντρωθήκαμε στα ισχυρά αλλά και στα αδύνατα σημεία του νομού καθώς και στις ευκαιρίες αλλά και απειλές του, σε σχέση με την υπάρχουσα κατάσταση, αλλά και την μελλοντική αναπτυξιακή του στρατηγική και πορεία.

Με λίγα λόγια η σταδιακή ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης όπως είδαμε στα πρώτα κεφάλαια είναι από τα ισχυρά σημεία του νομού. Ένας από τους λόγους που οι περισσότεροι ημεδαποί προτιμούν την Αρκαδία για προορισμό τους είναι η απόσταση από την Αθήνα, που τα τελευταία χρόνια της κρίσης η απόσταση είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επιλογή διακοπών λόγω των έξτρα εξόδων π.χ. διόδια, βενζίνες, κλπ.

Κάποιες από τις σοβαρές απειλές του νομού για το μέλλον θα μπορούσαν να είναι, το έλλειμα σε υποδομές αλλά και η ενσωμάτωση και διάχυση των νέων τεχνολογιών καθώς και η αδυναμία διαμόρφωσης στρατηγικού ρόλου.

Κάποιες από τις προτεραιότητες που θα πρέπει να θέσει ο νομός για τη βελτίωσή του είναι:

Πρωτογενής Τομέας:

1. Ανάπτυξη των γεωργικών υποδομών και τεχνολογικός εκσυγχρονισμός
2. Αναβάθμιση της φυτικής παραγωγής με προτεραιότητα στις βιολογικές καλλιέργειες

Δευτερογενής Τομέας:

1. Επικέντρωση σε επιλεγμένους κλάδους που αξιοποιούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του
2. Επικέντρωση στην αξιοποίηση των εναλλακτικών μορφών ενέργειας

Τριτογενής Τομέας:

1. Αξιοποίηση μνημείων, περιοχών οικοτουρισμού, λιμνών, ποταμιών και μονοπατιών
2. Ανάπτυξη έργων τουριστικής υποδομής π.χ. καταλύματα, ξενώνες κ.λπ, να αναβαθμιστούν, να μπορούν να φιλοξενήσουν περισσότερο κόσμο, αλλά και να εκσυγχρονιστούν με βάση τα καινούρια δεδομένα της τεχνολογίας ώστε να προσελκύουν και νεότερο κοινό
3. Λήψη μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος

4. Νέες θέσεις εργασίας – ώστε να αυξηθεί ο αριθμός των νέων διότι η πλειοψηφία του νομού είναι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας

Ένας αρκετά σημαντικός παράγοντας για να έρθει η ανάπτυξη στο συγκεκριμένο νομό, είναι ότι θα πρέπει προτεραιότητα να είναι η φυσική του ομορφιά να παραμείνει ακέραιη αλλά και η προστασία του περιβάλλοντος.

Κατά τη γνώμη μου η Αρκαδία αποτελεί ιδανικό τόπο προορισμού για κάθε εποχή του χρόνου. Είναι περιοχή με θαυμάσιες κλιματολογικές συνθήκες για όλες τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών κάθε εποχή καθώς συνδυάζει βουνό και θάλασσα. Ο νομός βρέχεται από το ανατολικό του τμήμα με πολλές παράλιες για τους καλοκαιρινούς ταξιδιώτες και ταυτόχρονα έχει κυρίως για τους φυσιολάτρεις τις καταπράσινες πλάγιες του Πάρνωνα. Υπάρχουν επίσης εγκαταστάσεις rafting – kanoe – kayak για τους πιο τολμηρούς επισκέπτες, αλλά και χιονοδρομικό κέντρο για τους χειμερινούς μήνες στο οροπέδιο του Μαίναλου. Είναι ένας οικονομικός χειμερινός προορισμός σε σχέση με την Αράχωβα που έχει το πλεονέκτημα της απόστασης από την Αθήνα.

Ο νομός φιλοξενεί επίσης το διάσημο και εντυπωσιακό βυζαντινό εκκλησάκι Αγίας Θεοδώρας με πελώρια δέντρα που πηγάζουν από μέσα του που ο καθένας θα πρέπει να το δει, και για τους λάτρεις της ιστορίας γίνεται γνωριμία με πολιτισμική αρχαιολογική κληρονομιά (πολεμικό μουσείο, αρχαιολογικό μουσείο). Με λίγα λόγια συνδυάζει όλες τις εποχές του χρόνου και είναι αρκετά οικονομικός ώστε να τον προτιμήσει κανείς.

Τα ξενοδοχεία θα πρέπει και εκείνα να κάνουν αλλαγές ώστε να προσελκύσουν κόσμο. Θα μπορούν να διαθέσουν κάποια πακέτα προσφοράς για όλη την οικογένεια κυρίως τους μήνες που έχουν την λιγότερη επισκεψιμότητα. Θα πρέπει να εξασφαλίζουν την άνεση την χαλάρωση και την πολυτέλεια που ζητάνε οι τουρίστες στις αποδράσεις τους. Να είναι καταφύγια ηρεμίας και να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των τουριστών όταν σκέφτονται τις διακοπές. Επίσης το προσωπικό πρέπει να είναι ευγενέστατο, να είναι άρτια εκπαιδευμένο. Να υπάρχουν οι παραδοσιακές γεύσεις της κουζίνας του τόπου για να την γνωρίσουν και οι τουρίστες. Και τέλος μια πολύ καλή διαφήμιση θα είναι το δυνατό τους χαρτί για την προσέλκυση του κόσμου. Η Αρκαδία μπορεί να προσελκύσει μια μεγάλη γκάμα τουριστών, από νεαρότερης ηλικίας, έως και οικογενειάρχες αλλά και μεγαλύτερης ηλικίας. Για μένα ένας νομός πρέπει να έχει το

ταλέντο και τις δυνατότητες να το κάνει αυτό και πιστεύω πως η Αρκαδία είναι ένας από αυτούς. Ο στόχος είναι να μπορείς να προσελκύσεις όλων των ηλικιακών ομάδων άτομα. Αν τον πραγματοποιήσεις τότε θεωρείται απόλυτη επιτυχία. Σε αυτό πρέπει να στοχεύσει ο νομός για να υπάρξει αισθητή άνοδος του τουρισμού.

Ο τουρισμός γενικά πρέπει να συμβαδίζει με τις νέες απαιτήσεις που αλλάζουν αρκετά συχνά. Θα πρέπει να γίνει εισαγωγή και προβολή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αξιοποίηση και προβολή του φυσικού πλούτου, να γίνει ευρεία προβολή του τόπου σε όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, και πιο σημαντικά βελτίωση των υποδομών και ειδικότερα της υγειονομικής περίθαλψης κυρίως για ευπαθείς ομάδες, ώστε να μπορούν να προσελκύσουν και αυτού του είδους τις περιπτώσεις, οι οποίοι ψάχνουν πάντα να ταξιδέψουν κάπου εκ του ασφαλούς.

Τέλος θα πρέπει να γίνουν και κάποιες άλλες αλλαγές όπως, Υποστήριξη Νέων Επιχειρήσεων, Διαμόρφωση Βιομηχανικών Τόπων, Στήριξη Πολιτιστικών Φορέων, Ενίσχυση Υπηρεσιών Αναψυχής, Ενίσχυση Ποιότητας Ζωής, Ανάπτυξη Κουλτούρας του δημιουργικού περιβάλλοντος στην Τοπική Αυτοδιοίκηση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Andriotis, K. (2002). Scale of Hospitality Firms and Local Economic Development. The Case of Crete. *Tourism Management*, 23(4): 333-341.

Pearce (1987), *Tourism Today: a geographical analysis*, Longman Scientific and Technical, John Wiley&Sons, N.Y.

Sharpley R., & Forster G., (2003). The implications of hotel employee attitudes for the development of quality tourism: the case of Cyprus, *Tourism Management*, (1): 685 – 698.

Spertou, A. & Pappas, N. (2004) Airlines Passengers' Perspectives after the 9/11 Terrorist Strike in U.S.A., and the Influence in Tourism Market: The Case of Crete. EuroCHRIE Congress 3 - 7 November, Ankara, Turkey.

Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., (2002), «Τουρισμός και Αναπτυξιακός Σχεδιασμός: Δύο εμπειρίες στον ελληνικό χώρο, Νομοί Ηρακλείου και Λευκάδας», *Ειδικά Θέματα*, Τόμος 3(4), Αθήνα

Βαρβαρέσος Στυλιανός, Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομές, 2000 και Λύτρας Ν. Περικλής, *Τουριστική Ψυχολογία*, Εκδόσεις Interbooks, 1998) :

Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, 2001

Δ. Λαγός, “Οι δυνατότητες και οι προοπτικές ανάπτυξης του πολιτισμικού τουρισμού στο Νομό Αρκαδίας”. *ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΡΟΝΙΚΑ*, 1998

Λαλούμης Δημήτρης, Ρούπας Βασίλης, *Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων*, 1996

Λαλούμης Δ., Ρούπας Β., *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Α. Σταμούλης, 1998

Νικάκη Μ., Οικονόμου Α., 2011, *Η Πορεία του Τουρισμού στην Κρήτη την Τελευταία εικοσαετία. Οι Προκλήσεις για το Μέλλον*.

Πατσουράτης, Β, «Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα», Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθήνα 2002

ΣΙΤΑΡΑΣ ΘΩΜΑΣ · ΤΖΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ Τουρίστες και ταξιδιώτες στη σύγχρονη Ελλάδα. Έκδοση 2004

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

www.eot.gr (ανακτήθηκε 18/05/2018)

<https://static.eudoxus.gr/books/19/chapter-58519.pdf> (ανακτήθηκε την 20/09/2018)

<http://www.enikonomia.gr/tourism/198100,sta-523-dis-evro-i-syneisfora-tou-tourismou-sta-kratika-esoda-apo.html> (δημοσιεύθηκε 03/10/2018 – ανακτήθηκε 02/11/2018)

<https://www.wwf.gr/images/pdfs/TourismLow.pdf> (ανακτήθηκε 26/07/2018)

<https://sete.gr/el/statistika-vivliothiki/statistika/?c=43476&cat=43477&key=> (ανακτήθηκε 10/06/2018 – 29/11/2018)

www.discoverpeloponnisos.gr (ανακτήθηκε 06/04/2018)

<http://www.poet.gr> (ανακτήθηκε 30/05/2018)

<http://www.inarcadia.gr> (ανακτήθηκε 06/04/2018)

Kallisto Hotel & Suites (ανακτήθηκε 01/09/2018)

https://www.inegsee.gr/sitefiles/files/arkadia_final.pdf (δημοσιεύθηκε Ιανουάριος 2011-ανακτήθηκε 17/07/2018)

<http://www.mintour.gov.gr/Statistics/mhtedata> (ανακτήθηκε 18/05/2018 – 22/12/2018)

ΕΛΣΤΑΤ – Ελληνική Στατιστική Αρχή (ανακτήθηκε 10/06/2018 – 29/11/2018)

ΓΕΜΗ – Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ανακτήθηκε 10/11/2018 – 29/01/2018)

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο (ανακτήθηκε 11/05/2018)

Επιμελητήριο Αρκαδίας (ανακτήθηκε 07/05/2018)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Π.Κ. 4/18.2.2016

ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

“Για τους όρους αμοιβής και εργασίας των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλης της χώρας”

Σήμερα την 16^η Φεβρουαρίου 2016 στα γραφεία της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων που βρίσκονται στην Αθήνα (οδός Σταδίου αρ.24) οι υπογράφωντες:

1. **Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργατών Επισιτισμού και Υπαλλήλων Τουριστικών Επαγγελματιών**, νόμιμα εκπροσωπούμενη από τους κκ. Παναγιώτη Προύτζο, Πρόεδρο του Δ.Σ., Γεώργιο Χάτζογλου, Γενικό Γραμματέα του Δ.Σ. και Παναγιώτη Κούκα, Μέλος του Δ.Σ. και
2. **Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.)**, νόμιμα εκπροσωπούμενη από τους κκ. Γιάννη Α. Ρέτσο, Πρόεδρο του Δ.Σ., Γρήγορη Τάσια, Γενικό Γραμματέα του Δ.Σ. και Σπυρίδωνα Γαλιατσάτο, μέλος του Δ.Σ.

Συμφώνησαν και συναπαδέχθηκαν την κατάρτιση της παρούσας εθνικής κλαδικής συλλογικής σύμβασης εργασίας, το περιεχόμενο της οποίας έχει ως εξής:

Άρθρο 1

Πεδίο Εφαρμογής

Με την παρούσα συλλογική ρύθμιση καθορίζονται οι όροι αμοιβής και εργασίας και οι εν γένει σχέσεις των εργαζομένων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που λειτουργούν σε αστικά κέντρα, σε τόπους θερινών διαμονών, σε λουτροπόλεις και σε αρχαιολογικούς τόπους όλης της χώρας, με τη μορφή του ξενοδοχείου, ξενώνα οικοτροφείου, επιχείρησης επιλωμένων διαμερισμάτων, επιχειρήσεις θερέτρων από τουριστικούς οικίσκους (μπαγκαλάους), μοτέλ, τουριστικού περιπτέρου και κέντρου παραθερισμού - διακοπών και κάμπινγκ.



Άρθρο 2

Κατηγορίες μισθωτών

Οι μισθωτοί στους οποίους αφορά η παρούσα σύμβαση αποκαλούνται ξενοδοχοϋπάλληλοι και κατατάσσονται σύμφωνα με την ειδικότητά τους και ανεξαρτήτως φύλου, στις εξής τέσσερις (4) κατηγορίες:

Κατηγορία Α: Υπάλληλος υποδοχής (ρεσεψιονίστ), μαπρ, υπομαίτρ (ή κέπτιν), θυρωρός Α, νυχτοθυρωρός Α, μπουφετζής Α, προϊστάμενος υποδοματίων και κοινοχρήστων χώρων και μάγειρας Α.

Κατηγορία Β: Προϊστάμενος πλυντηρίου και λινοθήκης, βοηθός υποδοχής, θυρωρός Β, σερβιτόρας τραπεζαρίας - σαλονιού ή αράφων (θαλαμηπόλος), μπάρμαν ή μπάρμειντ και μάγειρας Β

Επίσης με την προϋπόθεση ότι θα προτιμήσουν την παρούσα Συλλογική Σύμβαση Εργασίας, οι τηλεφωνητές, οι ελεγκτές ή ταμπλίστες και οι μαινκουραντιέ.

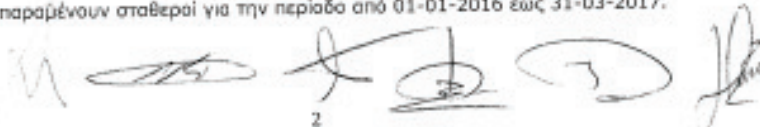
Κατηγορία Γ: Βοηθός σερβιτόρου, οροφokάμος (βαλές), θυρωρός υπηρεσίας, βοηθός θυρωρείου ή μπουφέ ή εσπιτορείου ή μπαρ ή λινοθήκης, γκρουμ, ντόρμαν ή εξωτερικός θυρωρός, λινοθηκάριας, εφόσον δεν καλύπτονται από άλλη συλλογική σύμβαση ή διατηρητική απόφαση και μάγειρας Γ και καμαριέρης - α.

Κατηγορία Δ: Πλύντρια, σιδερώτρια, καθαρίστρια κοινοχρήστων χώρων, μαδίατρα, λαντζέρης, λουτρανόμος, προϊστάμενος και βοηθός ιατρείου.

Άρθρο 3

Βασικοί μηνιαίοι μισθοί και ημερομίσθια

α. Οι βασικοί μηνιαίοι μισθοί των εργαζομένων που υπάγονται στην παρούσα όπως έχουν διαμορφωθεί σύμφωνα με την από 30-12-2013 Σ.Σ.Ε. (Π.Κ. 14/31-12-2013), παραμένουν σταθεροί για την περίοδο από 01-01-2016 έως 31-03-2017.



Οι ανωτέρω βασικοί μισθοί αυξάνονται από την 01-04-2017 κατά ποσοστό 1% και διαμορφώνονται ως εξής:

- **ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ Α:** 838,48 ευρώ
- **ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ Β:** 820,80 ευρώ
- **ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ Γ:** 804,55 ευρώ
- **ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ Δ:** 768,84 ευρώ

β. Ομοίως το ημερομίσθιο των εκτάκτως προσλαμβανομένων, όπως έχει διαμορφωθεί σύμφωνα με την από 30-12-2013 Σ.Σ.Ε. (Π.Κ. 14/31-12-2013), παραμένει σταθερό για την περίοδο από 01-01-2016 έως 31-03-2017.

Από την 01-04-2017 αυξάνεται κατά ποσοστό 1% και διαμορφώνεται ως εξής:

- για τους σερβιτόρους σε 63,76 ευρώ
- για τους βοηθούς σερβιτόρων σε 55,60 ευρώ.

Σημειώνεται ότι το παραπάνω ημερομίσθιο καταβάλλεται στους δικαιούχους για απασχόλησή τους μέχρι 8 ωρών και συμπεριλαμβάνονται σ' αυτό οι προσαυξήσεις για τυχόν εργασία κατά τις Κυριακές και εορτές, καθώς και για εργασία κατά τις νυκτερινές ώρες.

γ. Σε ό,τι αφορά στην καταβολή των επιδομάτων Χριστουγέννων και Πάσχα ισχύουν τα αναφερόμενα στο Προσάρτημα της παρούσας ΚΣΣΕ, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της.

Άρθρο 4

Διατήρηση διατάξεων- Αρχή ευνοϊκότερης Ρύθμισης

Α. Όροι προηγούμενων συλλογικών ρυθμίσεων (ΣΣΕ, ΔΑ) που δεν καταργούνται ή τροποποιούνται με την παρούσα ή δεν αντίκεινται στους όρους της, διατηρούνται σε ισχύ.



3

Β. Ευνοϊκότεροι όροι αμοιβής και εργασίας που προβλέπονται από ατομική σύμβαση, νόμους, διατάγματα, υπουργικές αποφάσεις, συλλογικές ρυθμίσεις, κανονισμούς εργασίας, επιχειρησιακή συνήθεια, δεν θίγονται από τις διατάξεις της παρούσας και εξακολουθούν να ισχύουν.

Άρθρο 5

Τα μέρη συμφωνούν να επιδιώξουν την κήρυξη γενικώς υποχρεωτικής της παρούσας ΚΣΣΕ σύμφωνα με το άρθρο 11 του Ν.1876/1990.

Άρθρο 6

Χρόνος ισχύος

Η ισχύς της παρούσας αρχίζει από την 01.01.2016 και λήγει την 31.12.2017.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

**ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ
ΕΡΓΑΤΩΝ ΕΠΙΣΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ**



ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΠΡΟΥΤΖΟΣ



ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΧΟΤΖΟΓΛΟΥ



ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΟΥΚΟΣ



**ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ**



ΓΙΑΝΝΗΣ Α. ΡΕΤΖΟΣ



ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΤΑΣΙΟΣ



ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΓΑΛΙΑΤΖΑΤΟΣ



ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ

Το παρόν προσαρτάται στην παρούσα ΣΣΕ «Για τους όρους αμοιβής και εργασίας των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλης της χώρας» και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της.

ΕΙΔΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΤΑΒΟΛΗΣ ΕΠΙΔΟΜΑΤΩΝ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ ΚΑΙ ΠΑΣΧΑ

Μισθωτοί, των οποίων η εργασιακή σχέση με τον υπόχρεο εργοδότη δεν διήρκεσε ολόκληρο το χρονικό διάστημα που απαιτείται για την καταβολή πλήρων επιδομάτων Χριστουγέννων και Πάσχα, δικαιούνται:

Α) για επίδομα εορτών Χριστουγέννων ποσό ίσο με 2/25 του μηνιαίου μισθού ή δύο ημερομίσθια, ανάλογα με το συμφωνημένο τρόπο αμοιβής, για κάθε δεκαεπεννιά μέρες διάρκειας της εργασιακής σχέσης και

Β) για επίδομα εορτών Πάσχα ποσό ίσο με το 1/15 του μισθού μηνιαίου μισθού ή ένα ημερομίσθιο, ανάλογα με το συμφωνημένο τρόπο αμοιβής, για κάθε οκτώ μέρες διάρκειας της εργασιακής σχέσης.

Τα επιδόματα εορτών Χριστουγέννων και Πάσχα υπολογίζονται βάσει των πράγματι καταβαλλομένων τακτικών αποδοχών, εφόσον αυτές είναι ίσες ή ανώτερες των νομίμων. Τακτικές αποδοχές θεωρούνται ο μισθός ή το ημερομίσθιο καθώς και κάθε άλλη παροχή (είτε σε χρήμα είτε σε είδος) που καταβάλλεται από τον εργοδότη ως συμβατικό ή νόμιμο αντάλλαγμα της παρεχόμενης εργασίας τακτικά κάθε μήνα ή επαναλαμβάνεται περιοδικά κατά ορισμένα διαστήματα του χρόνου. Τακτικές αποδοχές αποτελούν, μεταξύ άλλων το επίδομα αδειας, η αμοιβή για τακτική νόμιμη υπερωριακή εργασία, υπερεργασία, εργασία την Κυριακή, σε αργίες, σε νυχτερινές ώρες, τα πριμ παραγωγικότητας, όταν χορηγούνται κατ' επανάληψη σε τακτά χρονικά διαστήματα κλπ.

Κατά τα λοιπά ισχύουν και ενσωματώνονται στην παρούσα οι διατάξεις του Ν. 1082/1980, της Υπουργικής Απόφασης (ΥΑ) 19040/1981 (Οικονομικών και Εργασίας) (ΦΕΚ Β 742), όπως τροποποιήθηκε από την ΥΑ 2006743/538/0022/1991 (ΦΕΚ Β 170), της ΥΑ 19344/1980 (ΦΕΚ Β 1298) όπως συμπληρώθηκε από την ΥΑ 11520/1995 (ΦΕΚ Β 374) και της ΥΑ 18796/1989 (ΦΕΚ Β 21), σχετικά με τους όρους, το χρόνο καταβολής, το ύψος και τον τρόπο υπολογισμού των επιδομάτων εορτών στους μισθωτούς όλης της Χώρας που απασχολούνται με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου καθώς και σε ειδικές κατηγορίες μισθωτών.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

Οι παροχές

Αυτό που παρέχεται ή εκπληρώνεται μέσα σε ένα ξενοδοχείο.

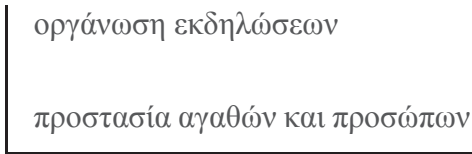
1. ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

Το ξενοδοχειακό προϊόν συνίσταται από ένα σύνολο διαφόρων στοιχείων που περιλαμβάνει καταναλωτικά αγαθά καθώς και υπηρεσίες :

- το κτίριο (ή τα κτίσματα), η αρχιτεκτονική του, οι εγκαταστάσεις
- η περιοχή εγκατάστασης και το περιβάλλον
- τα συγκεκριμένα προϊόντα (όπως η εστίαση)

Έτσι, ο πελάτης του ξενοδοχείου καταναλώνει συγκεκριμένα προϊόντα, χρησιμοποιεί - έμμεσα ή άμεσα - όλες ή τμήματα των υπηρεσιών που είναι στη διάθεση του.

ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (υλικά)	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ(άυλα)
καταναλωτικά αγαθά υλικές παροχές	προσωπικές παροχές ικανότητες γνώσεις τεχνογνωσία
ενέργεια τρόφιμα, ποτά έπιπλα (χρήση) σεντόνια - κουβέρτες	υποδομή, πληροφόρηση γραμματεία, επικοινωνίες γαστρονομία animation



Οι βασικές αυτές παροχές συμπληρώνονται από μια 'πρόσθετη αξία' την επαύξηση που έχει την μορφή συμπληρωματικών ποιοτικών στοιχείων, όπως: το χαμόγελο, η καλοσύνη, η ποιότητα υποδοχής του προσωπικού, η ατμόσφαιρα κ.λ.π. Αυτά τα συμπληρωματικά ποιοτικά στοιχεία συνιστούν ένα PLUS (ένα επιπρόσθετο στοιχείο) πολύ σημαντικό ιδιαίτερα σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Η συνολική αξία του ξενοδοχειακού προϊόντος είναι συνδεδεμένη με την ατομική αξία των στοιχείων που την συνθέτουν. Η πραγματικότητα ενός προϊόντος κυμαίνεται, όχι μόνον από τον ένα πελάτη στον άλλο, αλλά ακόμη και για τον ίδιο πελάτη μέσα στο χρόνο.

2. Η ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Από την πλευρά του Μάρκετινγκ, η μελέτη των προϊόντων αφορά στην προσπάθεια της επιχείρησης να προσδώσει στο προϊόν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά στοιχεία που θα προσελκύσουν τον καταναλωτή, δίνοντας του ταυτόχρονα την αίσθηση ότι έχει ληφθεί κάθε μέριμνα ώστε να αποκομίσει την μέγιστη ικανοποίηση.

'Το κοινό δεν αγοράζει προϊόντα, αλλά ωφέλειες και ικανοποίηση' (T.Levitt)

Αποτελεί πολύ βασική έγνοια για το Μάρκετινγκ, να διασφαλίζεται ότι το προϊόν έγινε καλώς αντιληπτό από τον καταναλωτή, ότι του δίνει ικανοποίηση χωρίς να παραγνωρίζεται η ύπαρξη του ανταγωνισμού.

Έτσι πρέπει να γίνονται μελέτες που αφορούν:

- Τα βασικά χαρακτηριστικά του προϊόντος
 - Η έκταση της γκάμας προϊόντος που προσφέρονται τα ουσιωδέστερα πλεονεκτήματα για τον καταναλωτή
 - οι δυνατότητες βελτίωσης, καινοτομίας
- ▶ πάντα βεβαίως
σε σχέση με τον
ανταγωνισμό

Το ξενοδοχειακό Μάρκετινγκ έχει μια σχετικά περισσότερο πρόσφατη ιστορία. Οι τεχνικές του δεν είναι τόσο σύνθετες όπως εκείνες που εφαρμόζει το Μάρκετινγκ των αγαθών ευρείας κατανάλωσης ή των βιομηχανιών προϊόντων. Υπάρχει εντούτοις ένας αριθμός μέσων που μας επιτρέπουν να εργασθούμε με μέθοδο και αποτελεσματικότητα.

ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ

Επιλέγεται ένας αριθμός από βασικά κριτήρια ταυτότητας του ξενοδοχείου. Τα στοιχεία αυτά θεωρούνται γενικά σαν αυτά που αποτελούν συνήθως τα 'ισχυρά σημεία' του και συνιστούν ταυτόχρονα το συνολικό προϊόν (έννοια συνολικότητας του ξενοδοχειακού προϊόντος). Για κάθε στοιχείο που έχουμε επιλέξει ορίζουμε κριτήρια αξιολόγησης που ακολουθούνται υποχρεωτικά. Το σύνολο των στοιχείων αυτών συνιστούν μια λίστα ελέγχου (ένα 'check-list' του προϊόντος).

Στην περίπτωση της γνωστής αλυσίδας MERIDIEN, τα στοιχεία είναι:

Αρχιτεκτονική κτιρίου, εξωτερική σήμανση

Διακόσμηση χώρου Υποδοχής

Διακόσμηση χώλ Υποδοχής: πληροφόρηση, σήμανση

Διαμονή του επισκέπτη: ατμόσφαιρα, μουσική, διακόσμηση, εξοπλισμός guest-supplies του δωματίου και του μπάνιου/WC

Εστίαση: διακόσμηση, εξοπλισμός, επωνυμία εστιατορίου

Αίθουσες συνεδριάσεων/μπανκέ. Επωνυμίες των αιθουσών

Ανιμασιόν: Έμφαση στην πολιτιστική και καλλιτεχνική κληρονομιά της χώρας

Προσωπικό: αποτελεσματικότητα, ευγένεια, χαμόγελο, φιλικότητα

Στολές: στυλ, χρώματα, κομψότητα

3. ΕΙΚΟΝΑ (IMAGE) ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

'Η εικόνα είναι το σύνολο των αντιλήψεων και των απόψεων που οι άνθρωποι σχηματίζουν σκεπτόμενοι κάτι' (D. Jaggi)

Η εικόνα της επιχείρησης αποτελεί τμήμα του κεφαλαίου της.

Κάθε προϊόν έχει τη δική του 'προσωπικότητα', την εικόνα του, της οποίας το περιεχόμενο έχει συντεθεί από στοιχεία χρήσης (εμπειρία) και από ψυχολογικά στοιχεία.

Το τουριστικό και το ξενοδοχειακό προϊόν ικανοποιούν βασικές ανάγκες του ανθρώπου. Ικανοποιούν την ανάγκη της στέγης, της ανάπαυσης, της δίψας και της πείνας καθώς και ανάγκες ψυχολογικής φύσης όπως είναι η ανάγκη της ασφάλειας, του ανήκειν, της υπερηφάνειας κ.λ.π.

Η ψυχολογική λειτουργία είναι σημαντική για τον τουρισμό και ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία διότι το προϊόν συμβάλλει στον ορισμό της προσωπικότητας του χρήστη. Επιβεβαιώνει τις προτιμήσεις του, την κοινωνική του τάξη, την ανάγκη να 'φανεί'. Μέσω του προϊόντος, τα άτομα επιθυμούν να αντλήσουν κοινωνική και ψυχολογική ικανοποίηση.

Κάθε στοιχείο του Μίγματος Μάρκετινγκ επηρεάζει την εικόνα του προϊόντος.

Η στρατηγική Μάρκετινγκ οφείλει να λαμβάνει υπόψη της την 'προσωπικότητα' του προϊόντος. Οι λειτουργίες χρήσης μπορούν να ενισχυθούν ή τροποποιηθούν με την βοήθεια των μέσων επικοινωνίας που χρησιμοποιεί η επιχείρηση.

Στην εικόνα συγκεντρώνονται οι εντυπώσεις του κοινού απέναντι στο προϊόν. Η εικόνα περιβάλλει τη επιχείρηση σαν ένα 'κλίμα'.

Όλες οι απόψεις και όλες οι ενέργειες της επιχείρησης δημιουργούν την εικόνα. Η επιτυχία της επιχείρησης εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από αυτή, καθώς και από την εμπιστοσύνη που εμπνέει στην αγορά. Οι Δημόσιες Σχέσεις συμβάλλουν επίσης πολύ.

Με τη βοήθεια των εργαλείων του Μάρκετινγκ, προσπαθούμε να γεννηθούν προτιμήσεις τέτοιες, που να οδηγούν το προϊόν να βγει από την ανωνυμία. Μια θετική εικόνα δημιουργεί προτιμήσεις που συμβάλλουν στην ενίσχυση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά.

Συμπληρωματικότητα των εικόνων

Η εικόνα δημιουργείται από:

Την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχονται στο ξενοδοχείο

Το κτίσμα, τη πρόσοψη, την είσοδο, τη διακόσμηση, την αρχιτεκτονική μορφή των ξενοδοχείων

Την πολιτική επικοινωνίας του (διαφήμιση, προώθηση, mailing κ.λ.π.)

Το 'από στόμα σε στόμα' (πολύ σημαντικό στα ξενοδοχεία)

Τα μέλη του προσωπικού που βρίσκονται σε επαφή με τους πελάτες (υποδοχή, σέρβις, φιλικότητα, στολές κ.λ.π.)

Τις Δημόσιες Σχέσεις

Τη σύνθεση της πελατείας (κοινωνικός περίγυρος) κ.λ.π.

Είναι απαραίτητος ο συνδυασμός και συντονισμός μεταξύ των παραπάνω όταν επιθυμούμε να δημιουργήσουμε μια συγκεκριμένη και συμπαγή εικόνα της τουριστικής μας επιχείρησης

Τα χρώματα, τα σχήματα, το γούστο της διακόσμησης, η γραφιστική του ονόματος της επιχείρησης (λογότυπο), οι πινακίδες, τα επιστολόχαρτα, η διαφήμιση κ.α. οφείλουν να παρουσιάζουν μια 'οικογενειακή ατμόσφαιρα', κατά τρόπο ώστε να προσδίδεται ένα πολύ συγκεκριμένο ύφος (στυλ) σ' όλες τις εκδηλώσεις της επιχείρησης και όταν κάθε λεπτομέρεια θα διαχέεται σε ενιαίο σύνολο.

Η κατασκευή της εικόνας θα πρέπει συνεπώς να γίνει κατά τρόπο συντονισμένο και μέσα στα πλαίσια μιας πολιτικής συνολικής εικόνας: μιας εταιρικής ταυτότητας' (corporate identity). Αυτή έχει χαρακτήρα ταυτόχρονα οπτικό και ανθρωπίνων σχέσεων όπως αυτές αναδεικνύονται μέσα από τις επαφές με την πελατεία, την υποδοχή, το εστιατόριο κ.λ.π.

Είναι επίσης αυτονόητο ότι είναι αναγκαίες οι καλές εσωτερικές ανθρώπινες σχέσεις μεταξύ των μελών του προσωπικού για την δημιουργία μια ευνοϊκής εικόνας και την διαμόρφωση μιας εντύπωσης ενός συνόλου που θα χαρακτηρίζει και θα διακρίνει την επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της.

Είναι καθήκον του υπεύθυνου Μάρκετινγκ να προσδιορίσει την εικόνα που επιθυμεί, να προβάλει και να προσαρμόσει στη συνέχεια τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή του ξενοδοχείου για τον στόχο που έχει τεθεί.

Η εικόνα την οποία επιθυμούμε να προσδώσουμε στο προϊόν μας, πρέπει να οριστεί με σαφήνεια, να προσδιοριστεί, να τονιστεί επαρκώς *σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα*.

Ο ρόλος του Μάρκετινγκ είναι η ενίσχυση της ευνοϊκής εικόνας στα μάτια του καταναλωτή.

Εταιρική ταυτότητα (corporate identity)

Λέγοντας, 'εταιρική ταυτότητα', εννοούμε την ενιαία και τυποποιημένη οπτική εικόνα που επιτρέπει ένα κοινό να αναγνωρίσει μια επιχείρηση.

Η εταιρική ταυτότητα πρέπει να εκφράζει επίσης το ύφος (στυλ) και τη "φιλοσοφία" της επιχείρησης και αυτό πέρα από τα στοιχεία εκείνα που είναι εύκολα αναγνωρίσιμα.

Η εταιρική ταυτότητα μπορεί να λάβει διάφορες μορφές οι οποίες είναι: ο γραφισμός, το σλόγκαν, τα χρώματα. Το λογότυπο είναι η ισχυρότερη μορφή, γιατί επιλέχτηκε για να συμβολίζει γραφικώς την επιχείρηση.

4. Η ΜΑΡΚΑ (ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑ)

Από την επιχειρηματική πλευρά, η μάρκα είναι η υπογραφή, η εγγύηση του καταναλωτή. Ενισχύει την προσωπικότητα του προϊόντος, συνθέτει ένα σημείο-αξία αναφοράς εφόσον είναι επαρκώς γνωστή στους καταναλωτές. Είναι ένα ζωτικό κομμάτι της εμπορικής λειτουργίας της επιχείρησης διότι επιτρέπει την αναγνώριση (εντοπισμός ταυτότητας) του προϊόντος. Οι

αλυσίδες ξενοδοχείων αφιερώνουν ένα πολύ σημαντικό τμήμα των προϋπολογισμών τους σε διαφημίσεις για να ενισχύσουν τη εικόνα της μάρκα τους. (HILTON, HYATT, SHERATON κ.λ.π.).

Για τους παροχείς υπηρεσιών είναι αδιανόητη η απουσία μιας μάρκας καθώς και η απουσία διαφημιστικής υποστήριξης. Στον χώρο των πιστωτικών καρτών π.χ. η αναγνώριση της μορφής της πίστωσης που χορηγείται με την βοήθεια ονομασιών και άλλων διαφημιστικών εργαλείων, τις καθιστά ευκολότερα αντιληπτές και διευκολύνεται η εμπορική τους διακίνηση (Diners Club, Visa Card, American Express κ.λ.π.) παρόλο που οι παροχές τους είναι πανομοιότυπες. Μάρκα και εικόνα είναι στενά συνδεδεμένες.

Στρατηγική διαφοροποίησης (differentiation)

1 Η ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ

Η διαφοροποίηση (differentiation) παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως αυτά γίνονται αντιληπτά από τους καταναλωτές, σαν διαφορετικά από εκείνα άλλων προϊόντων της ίδιας φύσης που προσφέρονται στην αγορά.

Όσο ένα προϊόν είναι 'μη διαφοροποιημένο' στις λειτουργίες χρήσης του, τότε η διαφοροποίηση του πρέπει να επέλθει μέσω των ψυχολογικών λειτουργιών π.χ. τα ξενοδοχεία μπορούν να διαφοροποιηθούν στο επίπεδο της υποδοχής, της ατμόσφαιρας, της ανιμασιών κ.λ.π.

Τα λειτουργικά πλεονεκτήματα του προϊόντος εξαντλούνται σύντομα διότι ο ανταγωνισμός αργά ή γρήγορα χρησιμοποιεί τα ίδια. Είναι συνεπώς αναγκαίο να διαφοροποιηθεί το προϊόν σύμφωνα με κριτήρια ψυχολογικά και συστατικών της εικόνας που θα του δώσουν ένα καινούριο περιεχόμενο.

'Όσο η προσφορά ξεπερνά τη ζήτηση, τόσο πρέπει αυτή να διαφοροποιηθεί.'