



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Δομή και Οικονομικά Στοιχεία των Ξενοδοχείων στο  
Νομό Ευρυτανίας**

**ΜΠΑΚΑ ΕΥΣΤΑΘΙΑ Α.Μ:15838**

**ΑΓΓΕΛΑΙΝΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ Α.Μ:15662**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΠΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019**

## **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.



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα μελέτη μας ανατέθηκε από το τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας με σκοπό την ανάδειξη της Δομής και των Οικονομικών Στοιχείων των Ξενοδοχείων του Νομού Ευρυτανίας.

Στο σημείο αυτό, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον εποπτεύων καθηγητή μας, κύριο Παππά Γεώργιο για την καθοδήγηση, την υποστήριξη, την υπομονή και τις συμβουλές που μας παρείχε κατά την διάρκεια υλοποίησης της πτυχιακής αυτής εργασίας, καθώς και όλους τους υπόλοιπους καθηγητές που έχουν συμβάλει σε αυτή.

Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας για την υποστήριξη που μας προσέφεραν.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας, είναι η μελέτη και η εξέταση του τουριστικού φαινομένου διαχρονικά για την περιφέρεια του Νομού Ευρυτανίας. Σε πρώτη φάση, παρουσιάζεται και ορίζεται το τουριστικό φαινόμενο με μια συστηματική ανασκόπηση στην βιβλιογραφία. Στο επόμενο κεφάλαιο, εξετάζονται τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά που διαθέτουν οι περιοχές του Νομού Ευρυτανίας και με ποιο τρόπο συμβάλλει ο τουρισμός στην οικονομική άνθιση του τόπου και της Επικράτειας γενικότερα μέσα από την μείωση του Ισοζυγίου Πληρωμών, μέσα από την εισροή του συναλλάγματος και πως συνδέεται το τουριστικό φαινόμενο, με την αύξηση του ποσοστού της απασχόλησης του εργατικού δυναμικού στον συγκεκριμένο τομέα.

Στο τρίτο κεφάλαιο υπάρχουν οικονομικές αναλύσεις κάποιων από τα καταλύματα του Νομού με την βοήθεια του Γ.Ε.ΜΗ για την άντληση των πληροφοριών των οικονομικών στοιχείων των ξενοδοχείων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο βλέπουμε τις στρατηγικές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων γενικά αλλά και για τον Νομό της Ευρυτανίας ειδικά, καθώς και η SWOT ανάλυση του Νομού. Στα συμπεράσματά μας είδαμε κάποια δυνατά αλλά και κάποια αδύναμα σημεία του Νομού αλλά και διάφορες προτάσεις αλλά και προβλέψεις για το μέλλον παραθέτοντας και την προσωπική μας άποψη μέσα από την ερευνά μας αυτή.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	3
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	9
Ο ρόλος του Τουρισμού στην ελληνική επικράτεια. ....	9
1.1 Σημασία του Τουρισμού στην Ευρώπη και στις Μεσογειακές Χώρες .....	9
1.2 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	12
1.3 Βασικά Χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού .....	13
1.4 Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία .....	14
1.5 Μορφές Τουρισμού .....	17
1.6 Ξενοδοχειακό Προϊόν .....	20
1.7 Σύγκριση με κύριες ανταγωνίστριες χώρες.....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	27
Συμπεράσματα.....	27
Ο Τουρισμός στον Νομό Ευρυτανίας .....	28
2.1 “Η ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ” .....	28
2.2 Ο Τουρισμός της Ευρυτανίας .....	29
2.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ευρυτανίας.....	30
2.4 Αφίξεις Τουριστών στην Ευρυτανία .....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	43
Καταλύματα Νομού Ευρυτανίας.....	43
3.1 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος.....	45
3.1.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση .....	46
3.2 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΚΩΝΙΣΚΟΣ».....	48
3.3 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΛΕΚΑΝΤΙΝ» .....	51
3.4 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ».....	53
3.4.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση .....	53
3.5 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος.....	54
3.5.1 Χρηματοοικονομική Ανάλυση «ΟΝΕΙΡΟΠΕΤΡΑ» .....	56
3.6 Ικανότητα Τουριστικής Ανάπτυξης.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	60

Στρατηγικές ξενοδοχειακών επιχειρήσεων .....	60
4.1 Ο Κύκλος των παρεχόμενων υπηρεσιών.....	60
4.2 Η εξυπηρέτηση πελατών .....	64
4.3 Η έννοια της φιλοξενίας.....	65
4.4 Οργάνωση ξενοδοχειακών μονάδων.....	68
4.5 Ανάλυση SWOT για τον Νομό Ευρυτανίας.....	72
4.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	79
ΞΕΝΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	81
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	82
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ 1.ΣΥΜΒΑΣΗ.....	83
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 .....	88
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΕΟΤ).....	88
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 .....	90
Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ).....	90
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4. ....	91
Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (ΕΣΥΕ).....	91

## **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 Traveland Tourism Council

**W.T.O** - World Trade Organization

**ΙΟΒΕ** - Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

**ΣΕΤΕ** - Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

**Γ.Ε.ΜΗ** - Γενικό Εμπορικό Μητρώο



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από πολλούς αιώνες πριν αρκετοί συγγραφείς ταξίδευαν από τόπο σε τόπο καταγράφοντας τις εμπειρίες του ταξιδιού τους και κάνοντας με αυτόν τον τρόπο τους αναγνώστες των βιβλίων μετόχους της εμπειρίας τους. Τους συγγραφείς αυτούς τους ονόμασαν περιηγητές.

Όλη η γνώση για τον αρχαίο κόσμο και άλλες σημαντικές πληροφορίες, οφείλονται λοιπόν σε αυτούς τους συγγραφείς όπως π.χ. Στράβων, Πausανίας κ.α. Οι περιηγητές πραγματοποιώντας ταξίδια σε διαφορετικά μέρη μάγευαν τα ανήσυχα πνεύματα σ όλες τις εποχές της Ιστορίας. Οι διηγήσεις των ανθρώπων αυτών διέσωσαν μεγάλη γκάμα πληροφοριών για τα ήθη, τα έθιμα, την κοινωνική, την πολιτική και πολιτιστική κατάσταση των τόπων που επισκέφθηκαν (Στέλιος Βαρβαρέσος, Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις Β' έκδοση, 2013).

Το φαινόμενο του τουρισμού με την έννοια που μπορούμε να του αποδώσουμε σήμερα, άρχισε να διαμορφώνεται περίπου στον εικοστό αιώνα. Η κατοχύρωση του ωραρίου εργασίας, οι συνθήκες εργασίας όπως ο θεσμός άδειας στους εργαζομένους με μισθωτή σχέση εργασίας, η δημιουργία δηλαδή «ελεύθερου χρόνου» αποτέλεσε το ουσιαστικό υπόβαθρο ανάπτυξης του τουρισμού. Ωστόσο, περίπου στην μέση του εικοστού αιώνα, σχεδόν μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο παρατηρήθηκε η πραγματική επανάσταση στον τουρισμό. Η χρήση του αυτοκινήτου ως μέσου μετακίνησης ανθρώπων για λόγους αναψυχής, έδωσε ξεκάθαρα την δυνατότητα στον καθένα να μπορεί να πραγματοποιήσει την επίσκεψη διαφορετικών προορισμών και να γνωρίσει άλλες τοποθεσίες με λογικό κόστος. (Στέλιος Βαρβαρέσος, Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις Β' έκδοση, 2013).

Οι συγγραφείς που αρχικά ονομάζονταν περιηγητές, μετονομάστηκαν σε τουρίστες, τα σημειωματάρια στα οποία κρατούσαν πληροφορίες, αντικαταστάθηκαν στον χρόνο από τις πλέον γνώριμες φωτογραφικές μηχανές καθώς και τα video και έτσι «γεννήθηκε» ο τουρισμός που έχει εξελιχθεί στην «βαριά βιομηχανία» ολόκληρων περιοχών ακόμα και κρατών, από τον οποίο αποκομίζουν δηλαδή το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους,

λαμβάνοντας υπόψη βεβαίως και δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν, όπως για παράδειγμα την διάθεση των τοπικών προϊόντων και πρωτογενούς τομέα, την ενίσχυση της τοπικής βιοτεχνίας. (Στέλιος Βαρβαρέσος, Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις Β' έκδοση, 2013).

Παρόλο που η ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας με την εικονική πραγματικότητα –virtual reality, έχει δώσει την δυνατότητα να μπορούμε να «ταξιδεύουμε» σε μακρινούς τόπους από την καρέκλα του υπολογιστή μας, εν τούτοις η πραγματική μετακίνηση μας εξακολουθεί να μας συναρπάζει και να μας είναι απόλυτα απαραίτητη γιατί ο άνθρωπος δεν αναπαύεται και δεν «γεμίζει τις μπαταρίες» του εικονικά αλλά μόνον πραγματικά (Στέλιος Βαρβαρέσος, Τουρισμός: Οικονομικές Προσεγγίσεις Β' έκδοση, 2013).

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

## Ο ρόλος του Τουρισμού στην ελληνική επικράτεια.

### 1.1 Σημασία του Τουρισμού στην Ευρώπη και στις Μεσογειακές Χώρες

Ο τουρισμός γενικά αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο το οποίο συνήθως ταυτίζεται με την έννοια της κατανάλωσης αλλά και του ελεύθερου χρόνου. Το φαινόμενο του τουρισμού έχει παρουσιάσει διαχρονικά, μια ιδιαίτερη εξάπλωση και ταχύτατη ανάπτυξη καθώς έχει αποκτήσει επίσης κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα παραπάνω στοιχεία, τον καθιστούν λοιπόν ως αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας. Η μορφολογία του τουρισμού μεταβλήθηκε αναλόγως και ο τουρισμός αναψυχής που αρχικά αφορούσε αριστοκράτες και εισοδηματίες, μετατράπηκε σε μαζικό τουρισμό. Αυτά δημιούργησαν σαν αποτέλεσμα τις κατάλληλες συνθήκες για «διεύρυνση» των διακοπών, η οποία πλέον εκδηλώνεται και με τη δυνατότητα συμμετοχής και άλλων κοινωνικών ομάδων που πριν χαρακτηρίζονταν αποκλεισμένες από διακοπές και κάθε είδους τέτοιες απολαύσεις.

Οι παράγοντες οι οποίοι συνέβαλαν στη μαζικοποίηση και απελευθέρωση του τουρισμού οι οποίοι προήλθαν μέσα από μια σειρά κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών αλλαγών είναι οι ακόλουθοι:

- Ο πολλαπλασιασμός των ταξιδιωτικών οργανώσεων με τη δημιουργία μεγάλων διαφόρων ταξιδιωτικών οργανώσεων.
- Η δημιουργία της τουριστικής νομοθεσίας.
- Η αύξηση του εισοδήματος και του ελεύθερου χρόνου και αστικοποίηση του πληθυσμού
- Η ανάπτυξη της αυτοκινητοβιομηχανίας και μείωση του κόστους ταξιδιού.
- Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών προϊόντων.
- Η βαθμιαία προσαρμογή των τουριστικών καταλυμάτων στις μεταβολές της ζήτησης.

Η σύγχρονη διάσταση που έχει λάβει το φαινόμενο του τουρισμού, καθώς και η ενσωμάτωσή του στο οικονομικό και κοινωνικό σύστημα μιας πληθώρας χωρών, αποτελεί φυσικό επακόλουθο της εξελεγκτικής του πορείας, καθώς και μιας ακολουθίας φάσεων που διάνυσε από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.

Η οριζόντια διάσταση του τομέα του τουρισμού αποτέλεσε και αποτελεί αντικείμενο εκτεταμένων αναλύσεων τόσο εκ μέρους της επιτροπής, όσο και εκ μέρους όλων των άλλων κοινοτικών οργάνων κατά την κατάρτιση προγραμμάτων και κοινοτικών ενεργειών υπέρ του τουρισμού. Δεν είναι λίγες εξάλλου, οι διασυνδέσεις που υπάρχουν μεταξύ του τομέα του τουρισμού και όλων των υπόλοιπων τομέων της κοινωνικοοικονομικής δραστηριότητας.

Πολλοί από αυτούς τους τομείς, επηρεάζουν τον τουρισμό άμεσα και αυτός με την σειρά του επίσης επηρεάζει και αυξάνει σε μεγάλο βαθμό το δυναμικό τους. Ως συνέπεια, τα μέτρα και οι δραστηριότητες της Κοινότητας σε όλους τους τομείς πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα προβλήματα, τις ανάγκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τομέα του τουρισμού. (Διονυσοπούλου Π., 2012)

Ο τουρισμός με βάση την ΕΛΣΑΤ φαίνεται να αντιπροσωπεύει το 5-7% του ΑΕΠ στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το μερίδιο της Ευρώπης στον παγκόσμιο τουρισμό μειώνεται. Οι περισσότεροι παράγοντες στους οποίους οφείλεται η κάμψη αυτή δεν συμπίπτουν με τα πλαίσια των καθικόντων φορέων χάραξης πολιτικής ώστε να επανορθώσουν μια κατάσταση και αποτελούν συνδυασμό οικονομικής ανάπτυξης και παραγόντων κατανομής του εισοδήματος, τόσο στην Ευρώπη όσο και σε άλλα μέρη του κόσμου.

Μεταξύ των κρατών μελών η ανάπτυξη ήταν ταχύτερη στην Πορτογαλία αφήνοντας σε δεύτερη θέση την Ισπανία. Ωστόσο η αξία πραγματικών εσόδων στην Ελλάδα σημείωσε ουσιαστική κάμψη, ενώ η ανάπτυξη του τουρισμού διεθνώς εξακολουθεί να είναι μεγάλη στις περισσότερες χώρες. Οι δαπάνες για διεθνή τουρισμό αυξάνονται γενικά πιο γρήγορα στα κράτη – μέλη του Νότου, καθώς όλο και περισσότερα άτομα φθάνουν σε επίπεδα εισοδήματος όπου είναι οικονομικά εφικτό ένα ταξίδι στο εξωτερικό. Αυτό συμβαίνει διότι λόγω των κρίσιμων οικονομικά εποχών, αρκετά πακέτα διακοπών είναι σε αρκετά μειωμένες και προσιτές τιμές. (Διονυσοπούλου Π., 2012)

Στα πλαίσια αυτά οι πιο «πεπειραμένοι» τουρίστες αναζητούν νέους προορισμούς και κάνουν συνήθως διακοπές μεγαλύτερης διάρκειας. Ήδη οι επιπτώσεις σε πολλούς παραδοσιακούς προορισμούς στη Μεσόγειο είναι ήδη εμφανείς.

Όσον αφορά άλλα χαρακτηριστικά του τουρισμού τα οποία αναμένεται να επηρεαστούν και να αλλάξουν στο προσεχές μέλλον, συγκαταλέγονται τα εξής:

- Σύντομης διάρκειας διακοπές αλλά με μεγαλύτερη συχνότητα κατά τη νεκρά περίοδο.
- Ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Πραγματοποίηση και Δεύτερων διακοπών, καθώς επίσης και συντόμευση της διάρκειας των κύριων διακοπών. Οι αλλαγές αυτές επιτρέπουν και οι δύο τον καλύτερο εποχιακό καταμερισμό των αφίξεων.
- Διακοπές αυξανόμενης διάρκειας από κατοίκους των χωρών του Βορρά στη Νότια Ευρώπη.
- Αξιολόγηση στο κατά πόσο οι διακοπές «αξίζουν τα λεφτά τους».

Οι τουρίστες θα γίνονται όλο και περισσότερο απαιτητικοί και διατεθειμένοι να καταναλώσουν παραπάνω χρήματα, με την προϋπόθεση όμως η ποιότητα των υπηρεσιών των καταλυμάτων, της τροφής, του φάσματος δραστηριοτήτων, της καθαριότητας και του γενικού περιβάλλοντος να είναι υψηλότερη σε σχέση με άλλες φορές. Η αυξανόμενη δημοτικότητα των διακοπών με δραστηριότητες και η τάση προς διακοπές υψηλότερης ποιότητας που «να αξίζουν περισσότερο τα λεφτά τους» προσφέρουν στις περιοχές που σκοπεύουν στην τουριστική τους ανάπτυξη σημαντικές δυνατότητες να αυξήσουν την «προστιθέμενη αξία» από τον τουριστικό τομέα. Η αύξηση της «προστιθέμενης αξίας» θα πρέπει να συνοδεύεται από τη διατήρηση ενός σχετικά υψηλού επιπέδου ικανοποίησης. (Διονυσοπούλου Π.,2012)

## 1.2 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο τουρισμός παρουσιάζει ανοδική τάση με σταθερό ρυθμό και η ανάπτυξη αυτή φαίνεται να διατηρείται με αυτό τον σταθερό ρυθμό τις τελευταίες δεκαετίες. Οι αφίξεις τουριστών αναμένεται να παρουσιάσουν αυξητικές τάσεις στο άμεσο μέλλον. Παρά τις ευνοϊκές προοπτικές ο τομέας αυτός ακόμη αντιμετωπίζει ορισμένα προβλήματα τα οποία παραθέτονται παρακάτω:

- Τον έντονο εποχικό χαρακτήρα της δραστηριότητας αυτής (κυρίως την περίοδο Ιουνίου – Σεπτεμβρίου).
- Την άνιση γεωγραφική κατανομή των τουριστικών δραστηριοτήτων στην χώρα μας, με μεγάλη συγκέντρωση σε ορισμένες περιοχές (Ρόδος, Μύκονος, Πάρος κλπ.), στις οποίες υπάρχει υπερβολικά μεγάλος αριθμός κλινών.
- Τη χαμηλή ποιότητα του τουριστικού προϊόντος και ιδίως της στέγασης.

Με βάση τον προβληματικό χώρο και τις διαπιστώσεις που προέκυψαν, οι οποίες θεωρούνται από τις πιο βασικές, η τουριστική πολιτική, έχει ως βασικό στόχο τη συνεχή εξέλιξη και αναβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος, ώστε να μπορεί να αυξηθεί η διεθνής ζήτηση και η ποιοτική αναβάθμιση του τομέα. Οι παράγοντες που θα συμβάλλουν στη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος συνοπτικά μπορεί να είναι:

- Ο εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η ανάπτυξη ενός αριθμού νέων τουριστικών πόλεων με δραστηριότητες, σύμφωνα με μια ολοκληρωμένη προσέγγιση.
- Η σωστή αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος.
- Η ανάπτυξη ενός εθνικού δικτύου πληροφορικής για την καταγραφή των τουριστικών πόρων.
- Η επίτευξη ενεργειών επαγγελματικής κατάρτισης και ενημέρωσης των ατόμων που ασχολούνται με τον τουρισμό.
- Η στοχευμένη προβολή, η κατάλληλη προώθηση αλλά και ενημέρωση του τουριστικού προϊόντος μέσω των ΜΜΕ, εκθέσεων, εντύπων κ.λπ.
- Και φυσικά ο εκσυγχρονισμός των μεταφορικών μέσων και των οδικών δικτύων.

Η Ελληνική πολιτεία, κατανοεί την σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα και την συμβολή του στην εθνική οικονομία και ευρύτερα στην ανάπτυξη της ελληνικής κοινωνίας, τον ρόλο που παίζει στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ατόμων, στην αύξηση του εισοδήματος και στην επαφή με άλλους πολιτισμούς. Ως συνέπεια, μεγάλο μέρος των πακέτων Ευρωπαϊκών επιχορηγήσεων διοχετεύθηκε στον τομέα αυτόν από την Ελληνική πολιτεία. (Βαρβαρέσος Στέλλιος, 1997).

### **1.3 Βασικά Χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού**

Τα κυριότερα βασικά χαρακτηριστικά που περιγράφουν τον Ελληνικό τουρισμό είναι:

- ❖ Η τουριστική μονοκαλλιέργεια: Η ζήτηση για τη χώρα μας και τους επί μέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για «Ήλιο και θάλασσα». Οι ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν μεσοπρόθεσμα «αγορές θύλακες» που διακινούν μικρά μεν πλην όμως ενδιαφέροντα από τη σκοπιά της οικονομικής απόδοσης νούμερα.
- ❖ Η μέση διάρκεια παραμονής: Η διάρκεια παραμονής των ξένων τουριστών σε έναν προορισμό, ποικίλλει συνήθως ανάλογα με το σκοπό του ταξιδιού που πραγματοποιεί ο τουρίστας και την περιοχή του προορισμού του. Σαν μέση διάρκεια των διακοπών των ξένων τουριστών στα Ελληνικά θέρετρα ορίζονται οι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα αντιστοιχεί συνήθως σε 6 ημέρες.(Βαρβαρέσος Σ., 2000).
- ❖ Η εποχικότητα της ζήτησης: Η κίνηση των ξένων τουριστών εμφανίζει υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης και κατεύθυνσης, κυρίως σε προορισμούς, στους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η τουριστική αιχμή ενισχύεται τα τελευταία χρόνια και αυτό οξύνει ακόμα περισσότερο τα προβλήματα ανταπόκρισης των υποδομών.

- ❖ Η εποχική λειτουργία χαρακτηρίζει και την υπόλοιπη τουριστική προσφορά των συμπληρωματικών τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης. Βαρβαρέσος Σ., (2000)

#### **1.4 Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία**

- Οι αφίξεις στις χώρες του τουρισμού μέχρι το 2020, όπως εκτιμάται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού θα αναθέσουν σε 1,6 δισεκατομμύρια και τα συναλλαγματικά έσοδα θα φτάσουν 2 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ (W.T.O 2000).
- Παραδοσιακά το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της χώρας μας είναι ελλειμματικό, ενώ αντίθετα το ισοζύγιο των άδηλων συναλλαγών είναι πάντα πλεονασματικό και καλύπτει μέρος του ελλείμματος.
- Στην πρώτη θέση στο σύνολο των συναλλαγματικών εσόδων της χώρας, βρίσκονται τα έσοδα που προέρχονται από τον τουριστικό τομέα, ενώ ακολουθούν στην συνέχεια τα έσοδα που προκύπτουν από εξαγωγές βιομηχανικών και βιοτεχνικών προϊόντων.
- Ο τουρισμός είναι μια σημαντική βιομηχανία της Ελλάδος με πολλές προοπτικές ανάπτυξης. Ο ετήσιος τζίρος συμμετέχει με περίπου 15% ποσοστό στο ΑΕΠ, ενώ το ποσοστό που αναλογούσε το 1981 ήταν μόλις 4%. Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα έχουν σημειώσει θεαματική αυξητική τάση τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη αποτελείται από δαπάνες διαμονής, διατροφής, αναψυχής, διασκέδασης, μετακινήσεις, ψώνια και λοιπές τουριστικές δαπάνες. (IOBE & ΣΕΤΕ, 2016)



- Το μεγαλύτερο μέρος της δαπάνης (40%) προορίζεται για υπηρεσίες που αφορούν την διαμονή και την διατροφή. (IOBE & ΣΕΤΕ, 2016)
- Το διάστημα μετά το 1985, παρατηρήθηκε ότι οι τουριστικές δαπάνες σταδιακά αυξάνονται καθώς γίνονται και οι πρώτες συστηματικές προσπάθειες για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο η Ελλάδα εξακολουθεί να θεωρείται χώρα φιλοξενίας τουριστικών χαμηλής εισοδηματικής στάθμης.
- Οι ρυθμοί ανάπτυξης των αφίξεων τα τελευταία χρόνια σε σχέση με τα προηγούμενα θεωρούνται αρκετά εντυπωσιακό γεγονός που επιβεβαιώνει ότι με λίγη προσοχή και προγραμματισμό ο τουρισμός θα αυξηθεί σημαντικά. Αν επιτευχθεί το παραπάνω, τότε θα προκύψουν σημαντικά οφέλη που αφορούν και την καταπολέμηση της ανεργίας, αλλά και την αύξηση των ετήσιων εσόδων που έχει η χώρα μας από τον τουρισμό. (IOBE & ΣΕΤΕ, 2016)
- Παράλληλα, η τουριστική βιομηχανία δημιουργεί με άμεσο και έμμεσο τρόπο νέες θέσεις εργασίας σε επιχειρήσεις που προσφέρουν καταναλωτικές υπηρεσίες τουρισμού: ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, τουριστικά γραφεία, κ.α. και έτσι στηρίζουν την τοπική και εθνική απασχόληση.
- Επιπλέον, συμβάλλει στην έμμεση αύξηση της απασχόλησης και σε όλους εκείνους τους κλάδους που στηρίζουν ή προμηθεύουν τους παραπάνω τομείς, όπως είναι η γεωργία, η μεταποίηση, οι επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες κοινής ωφέλειας.

- Αναμφίβολα δημιουργεί θέσεις εργασίας για το τμήμα του εργατικού δυναμικού που αποτελεί «τον σκληρό πυρήνα» της ανεργίας (νεαρά άτομα, γυναίκες, ανειδίκευτα άτομα κ.α.). οι άνεργοι που απορροφούνται από τον τουρισμό προέρχονται κατά 70% από όχι τουριστικά επαγγέλματα, γεγονός που δείχνει τη σημασία του τουρισμού ως τομέα απορρόφησης ανέργων.
- Τα τουριστικά καταλύματα πιο συγκεκριμένα, απασχολούν 97.000 άτομα, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια 40.000 άτομα, το ξενοδοχειακό τμήμα της τουριστικής αγοράς απασχολεί 301.000 άτομα, ενώ στους αμέσως συνδεδεμένους κλάδους με τον τουρισμό 463.000 άτομα. (IOBE & ΣΕΤΕ, 2016)
- Λαμβάνοντας υπόψη και τις έμμεσες επιπτώσεις που παρουσιάζει ο τουρισμός σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ο αριθμός των απασχολούμενων που προκύπτει άμεσα και έμμεσα αντιστοιχεί σε 695.000 άτομα. Είναι φανερό λοιπόν, ότι ο τουριστικός τομέας δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, ιδιαίτερα σημαντικό αν ληφθεί υπ' όψη το υψηλό ποσοστό ανεργίας που συνεπώς διευρύνεται στο παγκόσμιο επίπεδο.
- Αν λάβουμε υπόψη το χρόνο λειτουργίας των διαφόρων κατηγοριών καταλυμάτων υπολογίζεται ότι μόνο το 35% των απασχολούμενων σ' αυτά εργάζεται σε ετήσια βάση, το 40% από έξι έως οκτώ μήνες και το υπόλοιπο 25% τρεις μήνες.

Οι Περιφέρειες που έχουν σημειώσει αξιόλογη τουριστική ανάπτυξη έχουν πληγεί λιγότερο από την ανεργία όπως έχει επισημάνει η Ελληνική εμπειρία. Η διαπίστωση αυτή έχει ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας όπου η γεωμορφολογία του Ηπειρωτικού χώρου και ο νησιωτικός χαρακτήρας της κάνουν δύσκολη την ανάπτυξη του δευτερογενούς τομέα. Η τουριστική ανάπτυξη των νησιωτικών και παραθαλάσσιων περιοχών λοιπόν, δεν είναι καθόλου τυχαία ότι αποτέλεσε τη μοναδική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και συνέβαλε μάλιστα στη συγκράτηση του πληθυσμού και σε κάποιο βαθμό βοήθησε και την παλιννόστηση.

Επιπρόσθετα βοήθησε και στη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων που δρουν συμπληρωματικά με τον τουρισμό.(IOBE & ΣΕΤΕ, 2016).

## 1.5 Μορφές Τουρισμού

Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως μια από τις σημαντικότερες βιομηχανίες στον κόσμο, συμβάλλοντας σε μεγάλο βαθμό στο παγκόσμιο ΑΕΠ. Κάθε χρόνο, εκατομμύρια άνθρωποι από όλο τον κόσμο ταξιδεύουν σε μακρινούς προορισμούς, προκειμένου να γνωρίσουν νέες χώρες και να βιώσουν τον πολιτισμό τους. Η τουριστική βιομηχανία υπάρχει σε κάποια μορφή σε κάθε μέρος του κόσμου και οι τουρίστες φαίνονται να ταξιδεύουν σε μερικά από τα φαινομενικά πιο απρόσιτα μέρη.

Με την πάροδο των χρόνων, η τουριστική υποδομή μεταβλήθηκε και αναπτύχθηκε επίσης σε μεγάλο βαθμό, καθιστώντας έτσι δυνατή την προσέγγιση και τη διερεύνηση των δύσκολων περιοχών του κόσμου. (<https://vacayholics.com/types-of-tourism>)

Ο ορισμός της Διεθνούς Ένωσης Επιστημονικών Εμπειρογνομόνων στον Τουρισμό καθιστά σαφή την έννοια του όρου. Ωστόσο, ο στόχος της πραγματοποίησης συγκεκριμένης τουριστικής δραστηριότητας έχει επίσης μεγάλη σημασία. Σε γενικές γραμμές, λαμβάνοντας υπόψη προσεγγίσεις προσανατολισμένες στο στόχο, ο τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε δύο κατηγορίες - εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό. (<https://vacayholics.com/types-of-tourism>)

Παρ' όλα αυτά, η γραμμή της διάκρισης μεταξύ των δύο φαίνεται να μεταβάλλεται όταν μια επίσκεψη σε ένα άγνωστο μέρος, έχει ως συνέπεια το άτομο που πραγματοποιεί την επίσκεψη ταυτόχρονα και να λάβει νέες εμπειρίες αλλά και να απολαύσει το ταξίδι. (<https://vacayholics.com/types-of-tourism>). Ανεξάρτητα από τον στόχο του επισκέπτη, το ταξίδι και ο προορισμός σε μακρινά μέρη τείνει πάντα να γοητεύει το άτομο που το πραγματοποιεί. Ο τουρισμός, ως έννοια, έχει διανύσει πολύ δρόμο σήμερα και η δραστηριότητα έχει ταξινομηθεί σε διάφορους τύπους (και εξακολουθεί να μετράει). Πολλές νέες ιδέες προώθησης του τουρισμού έχουν κάνει την εμφάνισή τους μέσα από την ανάπτυξη νέων τουριστικών υποδομών και λόγω του ακραίου ανταγωνισμού στον τομέα αυτόν.

Στις μέρες μας, ο τουριστικός τομέας στοχεύει στην κάλυψη των αναγκών και προτιμήσεων όλων των τύπων τουριστών και, ως εκ τούτου, φαίνεται να λαμβάνει υπόψη συγκεκριμένους τομείς που τους ενδιαφέρουν. Ως εκ τούτου, υπάρχει σήμερα μια πληθώρα τύπων τουρισμού και αναρίθμητες επιλογές για να διαλέξει ο ενδιαφερόμενος. Οι διάφορες κατηγορίες τουρισμού είναι οι εξής:

#### ➤ **Τουρισμός περιπέτειας**

Ο τουρισμός περιπέτειας, είναι επίσης γνωστός και ως ταξίδι περιπέτειας. Αυτό το είδος τουρισμού αφορά ανθρώπους που αναζητούν περιπέτειες στην ζωή τους, επιθυμούν συνεχώς να γνωρίσουν κάτι καινούργιο και νέες εμπειρίες για να ικανοποιήσουν την αδρεναλίνη τους. Ο συγκεκριμένος τουρισμός αποκτάει όλο και περισσότερο μερίδιο ανθρώπων ως κατηγορία τουρισμού. Ο περιηγητικός τουρισμός απαιτεί από έναν τουρίστα να έχει την καρδιά να αναλαμβάνει κινδύνους και να διαθέτει ειδική εκπαίδευση και δεξιότητες. Αυτό που χαρακτηρίζει τους τουρίστες που επιλέγουν αυτό το είδος τουρισμού γενικά, είναι ότι επιδίδονται σε δύσκολες δραστηριότητες και ακραία σπορ, όπως ορειβασία, πεζοπορία στην έρημο, άλμα bungee, καταδύσεις, αλεξίπτωτο πλαγιάς, φερμουάρ, αναρρίχηση σε βράχους κ.λπ.(<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikon-morfon-tourismou-kai-drastiriotitwn>)

#### ➤ **Επιχειρηματικός τουρισμός**

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΕ) δίνει τον ορισμό του τουρισμού σε αντίθεση με τον ορισμό της Διεθνής Ένωσης Επιστημονικών Εμπειρογνομώνων στον Τουρισμό. Ενώ η Διεθνής Ένωσης Επιστημονικών Εμπειρογνομώνων στον Τουρισμό δεν περιλαμβάνει ανθρώπους που συνδέονται με οποιαδήποτε δραστηριότητα που συνεπάγεται εισόδημα, ο ΠΟΕ σκέφτεται διαφορετικά. Σύμφωνα με αυτούς, ο "τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον για όχι περισσότερο από ένα συνεχές έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς".

Στον επιχειρηματικό τουρισμό οι κοινές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται, περιλαμβάνουν τη συμμετοχή σε συνεδριάσεις, συνέδρια και σεμινάρια, επισκέψεις σε εκθέσεις και εμπορικές εκθέσεις κοκ. (<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikou-morfon-tourismou-kai-drastiriotitwn>)

### ➤ Πολιτιστικός Τουρισμός

Αυτό το είδος τουρισμού έχει ως επίκεντρο τον πολιτισμό μιας συγκεκριμένης χώρας ή περιοχής. Η έννοια του πολιτιστικού τουρισμού περιλαμβάνει πράγματα όπως η ιστορία μιας δεδομένης περιοχής, ο τρόπος ζωής των ανθρώπων σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική τοποθεσία, η αρχιτεκτονική, οι προφορικές παραδόσεις, οι θρησκείες, τα φεστιβάλ, η κουζίνα κ.λπ. Οι άνθρωποι που επιλέγουν τον πολιτιστικό τουρισμό σε αστικές πόλεις πραγματοποιούν δραστηριότητες που αφορούν την επίσκεψη σε μουσεία, θέατρα, γκαλερί τέχνης κ.λπ. εκείνοι στις αγροτικές περιοχές μπορεί να εμπλέκουν επισκέψεις σε αυτόχθονες πολιτιστικές κοινότητες και να έχουν μια εικόνα για τις παραδόσεις τους, τον τρόπο ζωής και τις αξίες τους. Περιλαμβάνει επίσης τον τουριστικό λαϊκό πολιτισμό ως ένα από τα σημαντικότερα υποσύνολα του, τα οποία περιλαμβάνουν ταξίδια σε μέρη, που εμφανίζονται σε λογοτεχνικά έργα, τηλεοπτικές σειρές και κινηματογράφο. (<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikou-morfon-tourismou-kai-drastiriotitwn>)

### ➤ Αθλητικός Τουρισμός

Πρόκειται για μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα του μαζικού Αθλητισμού. Η μορφή αυτή του τουρισμού ονομάζεται ειδικότερα Αθλητικός Τουρισμός ανάπαυσης ή αναψυχής.

(<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikou-morfon-tourismou-kai-drastiriotitwn>)

## ➤ Θρησκευτικός τουρισμός

Στην Ελληνική κοινωνία υπάρχει μια πληθώρα από θρησκευτικές γιορτές, οι οποίες σε συνδυασμό με το πανανθρώπινο θρησκευτικό συναίσθημα και την ανάγκη εκδήλωσης του, αποτελούν το βασικό κίνητρο μετακίνησης πολλών ανθρώπων για θρησκευτικούς λόγους. Αυτή η μετακίνηση βάσιμα θεωρείται ως τουριστική μετακίνηση, καθώς τις περισσότερες φορές συγκεντρώνει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός τουριστικού ταξιδιού. Έτσι λοιπόν, οι μετακινούμενοι θρησκευόμενοι επίσης θεωρούνται τουρίστες της εναλλακτικής μορφής τουρισμού που ονομάζεται Θρησκευτικός Τουρισμός. (<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikou-morfou-tourismou-kai-drastiriotitwn>)

## 1.6 Ξενοδοχειακό Προϊόν

Το σύνολο των υλικών αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρει ένα ξενοδοχείο ονομάζεται ξενοδοχειακό προϊόν. Υπηρεσία είναι η εργασία ή η παροχή που βρίσκει χρήση από κάποιον τρίτο. Υπηρεσία για παράδειγμα είναι η χρήση του δωματίου από τον πελάτη ή το σερβίρισμα του φαγητού στο εστιατόριο. (<http://www.hoteljobs.gr>)

Οι υπηρεσίες είναι άυλες και δεν μπορούν να έρθουν στην ιδιοκτησία του πελάτη. Η ποιότητα των υπηρεσιών χαρακτηρίζεται από την υποκειμενικότητα, διότι ο κάθε πελάτης παίρνει διαφορετικό όφελος από την κατανάλωσή τους. Η ποιότητα πολλών ξενοδοχειακών υπηρεσιών εξαρτάται απόλυτα από τη συμπεριφορά των εργαζομένων, ειδικά στις περιπτώσεις που η υπηρεσία ως προϊόν καταναλώνεται τη στιγμή που παράγεται. Το σερβίρισμα του φαγητού, για παράδειγμα, είναι μια υπηρεσία που ο πελάτης καταναλώνει ακριβώς τη στιγμή που ο σερβιτόρος την προσφέρει. Αντίθετα ο καθαρισμός του δωματίου είναι μία υπηρεσία στην οποία ο χρόνος παραγωγής διαφέρει από το χρόνο κατανάλωσης, αφού η καμαριέρα πρώτα καθαρίζει το δωμάτιο και στη συνέχεια ο πελάτης κάνει χρήση (<http://www.hoteljobs.gr>).

Η ποσότητα του διαθέσιμου ξενοδοχειακού προϊόντος ορίζεται από το μέγεθος του ξενοδοχείου και η ποιότητα ορίζει την οικονομική του επιτυχία και εξέλιξη.

Το ξενοδοχειακό προϊόν είναι αποτέλεσμα σύνθεσης ενός πλέγματος αγαθών και υπηρεσιών, όπως:

- Φυσικό και τεχνητό περιβάλλον
- Φήμη της περιοχής εγκατάστασης του ξενοδοχείου
- Αρχιτεκτονική διακόσμηση και διαρρύθμιση του ξενοδοχείου
- Άνεση, θέα, καθαριότητα και ευκολίες των υπνοδωματίων
- Φαγητά, ποτά και λοιπά προσφερόμενα υλικά αγαθά
- Εξυπηρέτηση, προθυμία, θετικότητα των εργαζομένων
- Μουσική, διασκέδαση και γενικά κάθε προσφερόμενη ευκολία

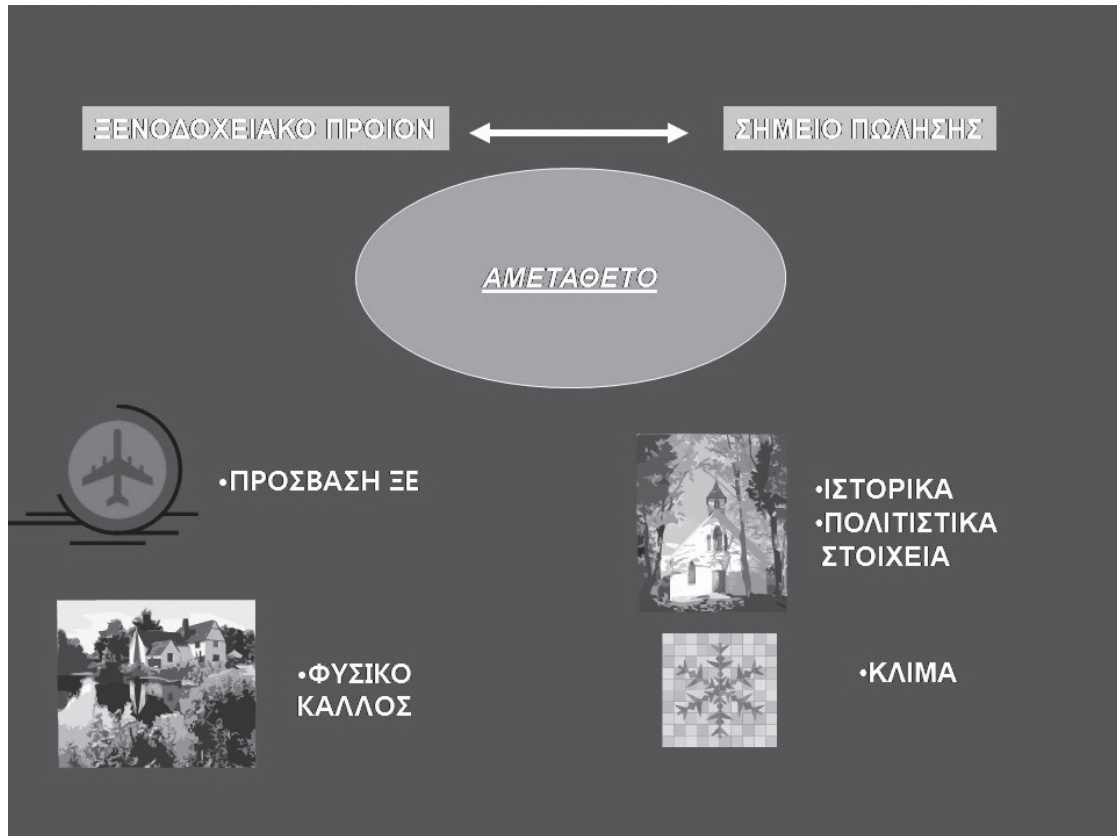


Πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι το ξενοδοχειακό προϊόν προσφέρεται σε δεδομένο τόπο, ο οποίος δεν επιδέχεται μεταβολή διότι το ξενοδοχείο δεν κινείται και δε μεταφέρεται. Επίσης, η κατανάλωση των υπηρεσιών απαιτεί ο πελάτης να είναι φυσικά παρών στο χώρο του ξενοδοχείου. Το ξενοδοχειακό προϊόν είναι ευαίσθητο λόγω της ποικιλίας της σύνθεσής του και παρουσιάζει τις εξής ιδιαιτερότητες:

- Είναι πολύμορφο και πολυσύνθετο. Είναι δηλαδή ένα προϊόν, το οποίο αποτελείται από πολλά προϊόντα, τα οποία είναι διαφορετικά μεταξύ τους. Τα προϊόντα αυτά προσφέρονται σε διαφορετικές στιγμές σε διαφορετικούς χώρους και από διαφορετικούς ανθρώπους.
- Καταναλώνεται επί μέρους και η γνώμη του πελάτη για τη συνολική ποιότητα, ολοκληρώνεται μετά την αποχώρηση.
- Δεν αποθηκεύεται. Το δωμάτιο του ξενοδοχείου που δε νοικιάστηκε τη μια ημέρα, δε μπορεί να νοικιαστεί την επόμενη, καλύπτοντας έτσι την απώλεια εσόδου της προηγούμενης ημέρας.
- Δε μεταφέρεται και δε διανέμεται στις διάφορες αγορές, αλλά υποχρεώνει τον καταναλωτή να μεταφερθεί αυτός στο χώρο που προσφέρεται.
- Για να έχει κέρδος και επιτυχία μία ξενοδοχειακή μονάδα, πρωταρχικό ρόλο παίζει η τοποθεσία που θα τοποθετηθεί. Κάποια σημαντικά πλεονεκτήματα είναι:
- Να έχει άμεση πρόσβαση σε αεροδρόμιο, λιμάνι, σιδηροδρομικό σταθμό, για τους επισκέπτες που δεν έρχονται με δικό τους μεταφορικό μέσο.
- Να είναι κοντά σε Ιστορικά και Πολιτιστικά στοιχεία ώστε οι επισκέπτες να έχουν πολλά να κάνουν στην γύρω περιοχή καθώς και να εξερευνήσουν νέα πράγματα και να γεμίσουν εμπειρίες.
- Η περιοχή να έχει μια φυσική ομορφιά, και από το ξενοδοχειακό κατάλυμα να υπάρχει αρκετή θέα από όλες τις πλευρές.



→ Το κλίμα να είναι κατάλληλο για την περιοχή, για παράδειγμα στους ορεινούς προορισμούς το χιόνι τραβάει περισσότερο κόσμο.



Τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τις διακρίνουμε ανάλογα με την μορφή τους , τον χρόνο λειτουργίας τους και ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασής τους και είναι οι:

#### Κύριες Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

- Ξενοδοχεία
- Ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων
- Ξενοδοχεία μικτού τύπου
- Μοτέλ
- Ξενοδοχεία Ιαματικών πηγών / Υδροθεραπευτήρια
- Ορεινά Ξενοδοχεία / Χιονοδρομικά κέντρα
- Ξενώνες
- Bungalows

#### Μη Κύριες Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
- Πανσιόν
- Κάμπινγκ
- Μετακινούμενα Ξενοδοχεία (Κρουαζιερόπλοια κλπ)

Και τέλος το Τμήμα εστιατορίου περιλαμβάνεται από:



### 1.7 Σύγκριση με κύριες ανταγωνίστριες χώρες

Πράγματι, όπως μπορούμε να δούμε από τα συγκριτικά στοιχεία μέσου μεγέθους και τα μερίδια υψηλών κατηγοριών, η Ελλάδα υστερεί εμφανώς έναντι των κύριων ανταγωνιστριών χωρών, καθ' όσον αφορά στη μέση ποιότητα του καταλυματικού δυναμικού.

Όσον αφορά στην αναλογία (Ξενοδοχειακά Καταλύματα) : (Λοιπά Καταλύματα), με βάση τα επίσημα στοιχεία, η Ελλάδα υστερεί δραματικά της Τουρκίας και άλλων ανταγωνιστριών χωρών της νότιας Μεσογείου, 55% έναντι 94%, αντιστοίχως. Ωστόσο, με κριτήριο τους πραγματικούς αριθμούς (μη δηλωμένα ενοικιαζόμενα δωμάτια), η Ελλάδα εμφανίζεται να υστερεί σημαντικά και έναντι των υπόλοιπων ανταγωνιστικών μεσογειακών ευρωπαϊκών χωρών. (Svetoslav Danchev, Νίκος Παρασιώπα, ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία (Σεπτέμβριος 2012)

Με κριτήριο το μέσο μέγεθος του συνολικού καταλυτικού δυναμικού, η Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ μειονεκτική θέση έναντι των κύριων ανταγωνιστικών χωρών.

### Μέσο μέγεθος σε κλίνες

<b>Ελλάδα</b>	<b>31</b>	<b>Τουρκία</b>	<b>200</b>
<b>Πορτογαλία</b>	<b>138</b>	<b>Ισπανία</b>	<b>90</b>
<b>Ιταλία</b>	<b>47</b>	<b>Κύπρος</b>	<b>101</b>

Το μειονέκτημα που συνδέεται με το μέσο μέγεθος του καταλύματος φαίνεται στη δυνατότητα που έχουν οι μεγαλύτερες καταλυματικές μονάδες να παρέχουν περισσότερες υπηρεσίες, και κατά κανόνα αναβαθμισμένες, στοιχεία που αποτελούν αυξανόμενο επιθυμητό χαρακτηριστικό του καταλύματος εκ μέρους των τουριστών. Το ανωτέρω μειονέκτημα πηγάζει σε υψηλό βαθμό από τη “λογική” που διατρέχει το θεσμό των τουριστικών κινήτρων από της συλλήψεως αυτών ως επιθυμητής πολιτικής μάχρη και σήμερα. Είναι χαρακτηριστικό ότι περίπου το 50% των τουριστικών κλινών της χώρας μας ανήκει σε μονάδες μέχρι 50 κλίνες, ενώ για μονάδες άνω των 400 κλινών το σχετικό ποσοστό καταγράφεται μόλις 10,7%. (Svetoslav Danchev, Νίκος Παρασιώπας, ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία (Σεπτέμβριος 2012).

Το μειονέκτημα της Ελλάδας έναντι του ανταγωνισμού είναι πολύ μεγάλο. Στο σύνολο των κλινών η κατανομή έχει ως ακολούθως (ποσοστό κλινών 5,4 και 3 αστερών στο σύνολο του καταλυματικού δυναμικού):

### **Ποσοστό % κλινών των τριών ανώτερων κατηγοριών**

<b>Ελλάδα</b>	<b>26,5</b>	<b>Ισπανία</b>	<b>40,3</b>
<b>Ιταλία</b>	<b>75,1</b>	<b>Πορτογαλία</b>	<b>32,3</b>
<b>Τουρκία</b>	<b>80,6</b>	<b>Κύπρος</b>	<b>78,6</b>

Με ποσοστό μόλις 8% των οργανωμένων κατασκηνώσεων στο συνολικό καταλυματικό δυναμικό, η Ελλάδα – με εξαίρεση Τουρκία και Κύπρο – διαφοροποιείται έντονα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές χώρες, στις οποίες τα ποσοστά κυμαίνονται ανάμεσα σε 24,7 – 38,5%. Η διαφορά αυτή της Ελλάδος εξηγείται σε μεγάλο βαθμό από την καταλληλότητα προσέγγισης του προορισμού, προσβάσιμου κατά κύριο λόγο αεροπορικά και με αγαπημένους προορισμούς τις νησιωτικές περιοχές. (Svetoslav Danchev, Νίκος Παρατσιώκας, ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία (Σεπτέμβριος 2012)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

### Συμπεράσματα

Όπως είδαμε αλλά και ήδη ξέρουμε τα ξενοδοχεία είναι επιχειρήσεις καθοριστικής σημασίας για τη μεγαλύτερη εξαγωγική βιομηχανία της χώρας μας, τον Τουρισμό. Από την άλλη μεριά, υπάρχει αρκετή πλεονάζουσα καταλυματική δυναμικότητα, ακόμα και υπό το γενικό εποχικό πρότυπο, η οποία γίνεται πολύ μεγάλη, αν αξιοποιηθεί η δυνατότητα βελτίωσης του εποχικού προτύπου, ώστε να προσεγγίσει εκείνο των ανταγωνιστριών χωρών. Πλην του διαρθρωτικού και περιφερειακού προβλήματος, όσον αφορά στο καταλυματικό δυναμικό, υπάρχει και πρόβλημα ποσότητας, δηλαδή αμιγές πρόβλημα αποτελεσματικότητας στην χρήση των κοινωνικών οικονομικών πόρων.

Μεταξύ των δραστηριοτήτων που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν, οι υπηρεσίες καταλύματος παίζουν κομβικό ρόλο καλύπτοντας τις ανάγκες διαμονής των επισκεπτών της χώρας, αλλά και της εσωτερικής τουριστικής κίνησης.

Την τελευταία δεκαετία, ο ξενοδοχειακός κλάδος ακολούθησε ανοδική πορεία, με επενδύσεις για την αναβάθμιση και τη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της οικονομίας και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του μεριδίου των ξενοδοχειακών μονάδων που προσφέρουν επώνυμο προϊόν, οι οποίες κατατάσσονται στις υψηλές κατηγορίες τεσσάρων και πέντε αστέρων.

Παρόλα αυτά, το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας αποτελείται στην πλειοψηφία του από χαμηλής κατηγορίας καταλύματα, ενός και δύο αστέρων, με αποτέλεσμα το μέσο μέγεθος των μονάδων να είναι μικρό (77 περίπου κλίνες ανά ξενοδοχειακή μονάδα). Το γεγονός αυτό αντανακλά την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, οικογενειακού συνήθως τύπου, των οποίων βασική επιδίωξη αποτελεί η κάλυψη της εποχικής τουριστικής ζήτησης.

## Ο Τουρισμός στον Νομό Ευρυτανίας

### 2.1 “Η ΕΥΡΥΤΑΝΙΑ”

Στο κέντρο της Ρούμελης, βυθισμένη μέσα στα πανύψηλα ελάτια, βρίσκεται η καταπράσινη Ευρυτανία, με έκταση 2047 λ.χ. Το Καρπενήσι, που είναι και η πρωτεύουσα του Νομού, κατοικείται περίπου από 10.000 άτομα, που ασχολούνται κυρίως με παροχή υπηρεσιών και το εμπόριο, ενώ κύριος άξονας ανάπτυξης της περιοχής είναι η αξιολόγηση των φυσικών της καλλονών, τόσο με το χειμερινό τουρισμό όσο και με τον θερινό. (Βιογραφικό Ευρυτανίας Α.Ε., σελ. 1-3, έκδοση 2000)

Ο συνολικός αριθμός κατοίκων που ζουν στο Νομό Ευρυτανίας αγγίζει περίπου τα 25.000 άτομα. Το Καρπενήσι απέχει 112 χιλ. από την Θεσσαλονίκη. Ανήκει διοικητικά στη Στερεά Ελλάδα και συνορεύει με τους νομούς Αιτωλοακαρνανίας, Καρδίτσας και Φθιώτιδας. (Γραφείο Τουρισμού, Δήμου Καρπενησίου).

Σύμφωνα με έρευνα της επιτροπής ΟΥΝΕΣΚΟ, η Ευρυτανία θεωρείται μια από τις πρώτες πέντε περιοχές παγκόσμια σε καθαρότητα περιβάλλοντος. Το κλίμα της Ευρυτανίας χαρακτηρίζεται ως ηπειρωτικό και υγιεινό. Διαθέτει πολύ μεγάλο υδάτινο πλούτο και τεράστια δασοκάλυψη. Τα πανύψηλα βουνά της και τα βουερά ποτάμια με τις ολόδροσες πηγές τους είναι πραγματικές σειρήνες που σαγηνεύουν όποιον θέλει να γνωρίσει την Ελληνική Φύση σ’ όλο της το μεγαλείο. Όλοι οι δρόμοι του Νομού Ευρυτανίας, έχουν εξαιρετική βατότητα, αφού στο μεγαλύτερο μέρος τους είναι ασφαλτοστρωμένοι, πράγμα που σημαίνει πολύ καλές συνθήκες πρόσβασης και κατά τους χειμερινούς μήνες. (Βιογραφικό Ευρυτανίας Α.Ε., σελ. 1-3, έκδοση 2000).

Η Ευρυτανία παρουσιάζει πολλούς λόγους, για τους οποίους αξίζει κανείς να την επισκεφτεί οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Εκεί μπορεί κανείς τόσο να απολαύσει τις υπέροχες βουνοπλαγιές, είτε να γλιστρήσει με τα χιονοπέδιλα του πάνω σ’ αυτές.

Επιπλέον, διαθέτει πολλές εναλλακτικές επιλογές οι οποίες μπορούν να ικανοποιήσουν κάθε γούστο. Οι άνθρωποι που προτιμούν ήπιες διακοπές μπορούν να βρουν την ηρεμία και την ξεκούραση ενώ οι λάτρεις της περιπέτειας θα βρουν κατάλληλες δραστηριότητες για να καλύψουν το ανήσυχο πνεύμα τους. (Βιογραφικό Ευρυτανίας Α.Ε., σελ. 1-3, έκδοση 2000).

Ο τουρισμός στην περιοχή της Ευρυτανίας και ειδικά στην πρωτεύουσα του Νομού το Καρπενήσι, έχει αναπτυχθεί μπορούμε να πούμε σε πολύ μεγάλο βαθμό εδώ και αρκετό καιρό σημειώνοντας όμως ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Οι σημαντικοί παράγοντες που διαδραμάτισαν μεγάλο ρόλο σε αυτό είναι πολλοί, όπως η διαφήμιση, η παροχή καλύτερων υπηρεσιών, η δυνατότητα στους επισκέπτες να αναπτύξουν υπαίθριες δραστηριότητες κ.α. ([www.evrvtanika.gr](http://www.evrvtanika.gr))

## 2.2 Ο Τουρισμός της Ευρυτανίας

Η Ευρυτανία είναι ένας από τους πιο ορεινούς νομούς της πατρίδας μας. Ο τουρισμός στην Ευρυτανία είναι μια δραστηριότητα που εμφανίζεται στην περιοχή όχι μόνο τα τελευταία χρόνια, αλλά ήδη από την εποχή του μεσοπολέμου. Η περιοχή της Ευρυτανίας προσφέρεται για πολλές και ποικίλες δραστηριότητες που θα επιθυμεί να αναπτύξει ο τουρίστας στην ευρύτερη περιοχή του Νομού. Ο επισκέπτης στον νομό Ευρυτανίας μπορεί να έρθει πιο κοντά στον τουρισμό και συγκεκριμένα πιο κοντά στην φύση, τόσο μέσω της τεχνητής λίμνης των κρεμαστών, όσο και μέσα από τα διάφορα μονοπάτια που υπάρχουν στα βουνά μαζί με τους ποταμούς της. Τα κυριότερα είδη τουρισμού που είναι ανεπτυγμένα στο Νομό Ευρυτανίας είναι:

- Ο Κλασικός Τουρισμός
- Ο Αγροτουρισμός
- Ο Θρησκευτικός Τουρισμός
- Ο Χειμερινός Τουρισμός

Πέρα από τα βασικά είδη τουρισμού στις πιο πάνω κατηγορίες θα μπορούσαμε να εντάξουμε επιπλέον και τον Αθλητικό Τουρισμό καθώς επίσης και τον Συνεδριακό Τουρισμό μιας και η πρωτεύουσα του Νομού το Καρπενήσι, διαθέτει στο κέντρο. Το συνεδριακό κέντρο βοηθάει σημαντικά όσους θέλουν να κάνουν τουρισμό και ταυτόχρονα να συνεδριάσουν για διάφορα θέματα όπως π.χ. Ιατρικά, Φαρμακευτικά κ.α. Στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού, συμβάλλουν επίσης και τα δύο μεγαλύτερα ξενοδοχεία του Νομού που είναι το MONTANA και το AVARIS, μιας και διαθέτουν αίθουσες πλήρως εξοπλισμένες για συνέδρια υψηλών προδιαγραφών.



Κολυμβητήριο Καρπενησίου που λειτουργεί όλο το χρόνο, το Χιονοδρομικό Κέντρο Καρπενησίου, καθώς επίσης προτείνεται και ως τόπος προετοιμασίας ομάδων, για φυσική κατάσταση και προπονήσεις , αφού στο Καρπενήσι υπάρχουν κλειστά γήπεδα ΜΠΑΣΚΕΤ, αλλά και ιδιωτικά γήπεδα ποδοσφαίρου με χορτάρι. (Τουριστικός Οδηγός Ευρυτανίας έκδοση 2001)

### **2.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ευρυτανίας**

Η Ευρυτανία για το έτος 2016 αντιπροσωπεύει το 6,51% του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, το 5,23% των δωματίων και το 5,50% των κλινών. Στον πίνακα που ακολουθεί παρακάτω, παρατηρούμε ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας για το έτος 2016 υπολογίζεται σε 553 ξενοδοχειακές μονάδες. Τις περισσότερες μονάδες (251) κατέχει η Εύβοια, ενώ ακολουθεί στη δεύτερη θέση η Φθιώτιδα με 145 ξενοδοχειακές μονάδες, η Φωκίδα στην τρίτη θέση (85 μονάδες) ενώ η Βοιωτία και η Ευρυτανία μοιράζονται την τελευταία θέση (36 μονάδες). Τα δωμάτια της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας συνολικά ανέρχονται σε 15.821 και 30.173 κλίνες.(IOBE & ΣΕΤΕ)



ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	Αριθμός Καταλυμάτων			Αριθμός Κλινών		
	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά Κάμπινγκ	Σύνολο	Ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα	Τουριστικά Κάμπινγκ	Σύνολο
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	9.661	2.94	9.955	767.756	80.339	848.095
Στερεά Ελλάδα	553	18	571	30.173	5144	35.317
Βοιωτία	36	0	36	1.627	0	1.627
Εύβοια	251	8	259	16.776	2.180	18.956
Ευρυτανία	36	0	36	1.659	0	1.659
Φθιώτιδα	145	6	151	6.082	2.331	8.413
Φωκίδα	85	4	89	4.029	633	4.662

**Πίνακας 2.2** Δυναμικότητα καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ έτος 2016 κατά νομό Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Ένα άλλο κοινό χαρακτηριστικό που παρατηρείται μεταξύ των νομών Βοιωτίας και Ευρυτανίας είναι ότι δεν διαθέτουν τουριστικά κάμπινγκ. Όσον αφορά την ποιότητα των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων η Ευρυτανία διαθέτει το 30% των πέντε αστέρων ξενοδοχείων.

Βρίσκεται στην ίδια θέση με την Βοιωτία και την Εύβοια το οποίο είναι πολύ σημαντικό εάν αναλογιστεί κανείς το μέγεθος του νομού Ευρυτανίας σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, καθώς και την γεωγραφική θέση που κατέχει. (Στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ)

ΝΟΜΟΣ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ						ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
		5*	4*	3*	2*	1*	
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	3	10	13	7	36
	ΔΩΜΑΤΙΑ	69	150	254	297	86	856
	ΚΛΙΝΕΣ	151	285	473	561	157	1.627
ΕΥΒΟΙΑΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	14	50	155	29	251
	ΔΩΜΑΤΙΑ	228	1615	2.236	4.124	570	8.773
	ΚΛΙΝΕΣ	459	3.120	4.313	7.803	1.081	16.776
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	1	16	14	2	36
	ΔΩΜΑΤΙΑ	197	20	181	387	42	827
	ΚΛΙΝΕΣ	494	44	335	711	75	1.659
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	1	4	9	92	39	145
	ΔΩΜΑΤΙΑ	172	99	425	1.864	639	3.199
	ΚΛΙΝΕΣ	368	228	801	3.486	1.199	6.082
ΦΩΚΙΔΑΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	0	13	32	30	10	85
	ΔΩΜΑΤΙΑ	0	691	835	550	90	2.166
	ΚΛΙΝΕΣ	0	1.283	1.520	1.047	179	4.029
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ</b>	<b>10</b>	<b>35</b>	<b>117</b>	<b>304</b>	<b>87</b>	<b>553</b>
	<b>ΔΩΜΑΤΙΑ</b>	<b>666</b>	<b>2.575</b>	<b>3.931</b>	<b>7.222</b>	<b>1.427</b>	<b>15.821</b>
	<b>ΚΛΙΝΕΣ</b>	<b>1.472</b>	<b>4.960</b>	<b>7.442</b>	<b>13.608</b>	<b>2.691</b>	<b>30.173</b>

**Πίνακας 2.3:** Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά κατηγορία Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας έτος 2016

Παρατηρώντας τα στοιχεία του πίνακα 2.4 στην συνέχεια, προκύπτει ότι από το έτος 2012 έως και το έτος 2015 το γενικό σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων έχει αυξηθεί κατά 8 μονάδες (αύξηση 28,6%), τα δωμάτια αυξήθηκαν κατά 12,2% (90 δωμάτια) ενώ ο αριθμός κλινών αυξήθηκε κατά 10,6% (159 κλίνες).

	5*	4*	3*	2*	1*	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	2	6	15	2	28
ΔΩΜΑΤΙΑ	192	27	97	401	20	737
ΚΛΙΝΕΣ	484	58	184	733	41	1.500
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	3	15	16	1	38
ΔΩΜΑΤΙΑ	197	31	165	444	5	842
ΚΛΙΝΕΣ	494	69	312	811	10	1.696
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	1	14	14	2	34
ΔΩΜΑΤΙΑ	197	20	164	387	42	810
ΚΛΙΝΕΣ	494	44	305	711	75	1.629
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	3	1	16	14	2	36
ΔΩΜΑΤΙΑ	197	20	181	387	42	827
ΚΛΙΝΕΣ	494	44	335	711	75	1.659

**Πίνακας 2.4** Ξενοδοχειακό δυναμικό Ευρυτανίας 2012 , 2013 , 2014 , 2015, Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Όσον αφορά το εργατικό δυναμικό των ξενοδοχειακών μονάδων για την ελληνική επικράτεια, έχει συνταχθεί συλλογική σύμβαση εργασίας την 16<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2016 «για τους όρους αμοιβής και εργασίας των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλης της χώρας». Οι υπάλληλοι χωρίστηκαν στις εξής κατηγορίες:

- Κατηγορία Α: Υπάλληλος υποδοχής, μετρ, θυρωρός Α, νυχτοθυρωρός, μπουφетζής, προϊστάμενος υπνοδωματίων και κοινόχρηστων χώρων και Μάγειρας Α.
- Κατηγορία Β: Προϊστάμενος πλυντηρίου και λινόθήκης, βοηθός υποδοχής, θυρωρός Β, σερβιτόρος, μπάρμαν και μάγειρας Β.
- Κατηγορία Γ: Βοηθός σερβιτόρων, θυρωρός υπηρεσίας, βοηθός θυρωρείου
- Κατηγορία Δ: Πλύντρια, σιδερώτρια, καθαρίστρια, μοδίστρα, λαντζέρης, προϊστάμενος και βοηθός ιατρείου.

Όσον αφορά τους βασικούς μισθούς των εργαζομένων έχουν χωριστεί ανά κατηγορία:

- Κατηγορία Α: 838,48 €
- Κατηγορία Β: 820,80 €
- Κατηγορία Γ: 804,55 €
- Κατηγορία Δ: 768,84 €

Όσον αφορά τα ημερομίσθια των εκτάκτως προσλαμβανομένων από την 01/04/2017 αυξάνονται κατά 1% και διαμορφώνονται ως εξής:

- Σερβιτόροι: 63,76 €
- Βοηθοί Σερβιτόρων: 55,60 €

Συμπεριλαμβάνουμε στα παραρτήματα της εργασίας μας ολόκληρη την σύμβαση των εργαζομένων.

## 2.4 Αφίξεις Τουριστών στην Ευρυτανία

Ο νομός Ευρυτανίας που είναι και η περιοχή μελέτης, δεν διαθέτει camping, έτσι η ανάλυση που θα ακολουθήσει αφορά τις αφίξεις στα ξενοδοχειακά καταλύματα χωρίς camping. Ωστόσο σε αυτά παρατίθενται και τα στοιχεία που αφορούν τα camping έτσι ώστε ο αναγνώστης να μπορεί έχει μια ολοκληρωμένη εικόνα για τους νομούς της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας, τμήμα της οποίας αποτελεί όπως ήδη έχουμε αναφέρει και ο νομός Ευρυτανίας. Στον πίνακα 2,7 που ακολουθεί παρακάτω παρατηρείται ότι το έτος 2012, οι αφίξεις που δέχθηκε ο νομός Ευρυτανίας ανέρχονται στις 31.637 σε ξενοδοχειακά καταλύματα.

Από αυτούς 29.933 ήταν ημεδαποί και 1.704 ήταν αλλοδαποί. Οι αφίξεις των ημεδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα αντιπροσωπεύουν το 0,57% του συνόλου των αφίξεων των ημεδαπών στη χώρα και το 9,98% σε επίπεδο Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Οι αφίξεις των αλλοδαπών αντιπροσωπεύουν το 0,02% του συνόλου των αφίξεων των αλλοδαπών στη χώρα και το 1,43% σε επίπεδο Περιφέρειας Στερεάς (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2016)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΠΛΗΝ CAMPING			CAMPING		
	2015			2015		
	ΑΦΙΞΕΙΣ			ΑΦΙΞΕΙΣ		
	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ	ΗΜΕΔΑΠΟΙ	ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	6.876.371	8.964.224	15.840.595	168.100	232.700	400.800
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	408.580	166.225	574.805	19.567	14.133	33.700
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	35.759	12.737	48.496	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	174.383	44.974	219.357	17.552	1.147	18.699
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	43.267	793	44.060	0	0	0
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	100.152	9.248	109.400	1.451	1.432	2.883
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΟΣ	55.019	98.473	153.492	564	11.554	12.118

**Πίνακας 2.5:** Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Νομό της Περιφέρειας Στερεάς 2015

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ / ΔΗΜΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΔΑΠΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%) ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΟΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>		5.996.434	12.999.947	18.996.381	81,3
<b>ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	351.387	189.844	541.231	76,0
	<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ</b>	85.667	12.439	98.106	74,1
	ΔΗΜΟΣ ΛΑΜΙΕΩΝ	45.719	3.848	49.567	75,6
	ΔΗΜΟΣ ΑΜΦΙΚΛΕΙΑΣ - ΕΛΑΤΕΙΑΣ	2.828	124	2.952	80,5
	ΔΗΜΟΣ ΛΟΚΡΩΝ	2.023	744	2.767	49,5
	ΔΗΜΟΙ ΜΑΚΡΑΚΩΜΗΣ ΚΑΙ ΔΟΜΟΚΟΥ	6.149	124	6.273	71,9
	ΔΗΜΟΣ ΜΩΛΟΥ - ΑΓΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	25.747	7.130	32.877	76,7
	ΔΗΜΟΣ ΣΤΥΛΙΔΟΣ	3.201	469	3.670	93,6
	<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ</b>	34.485	18.794	53.279	71,6
	ΔΗΜΟΣ ΛΕΒΑΔΕΩΝ	6.033	63	6.096	87,4
	ΔΗΜΟΣ ΔΙΣΤΟΜΟΥ - ΑΡΑΧΟΒΑΣ - ΑΝΤΙΚΥΡΑΣ	22.249	17.973	40.222	66,5
	ΔΗΜΟΙ	6.203	758	6.961	80,4

ΘΗΒΑΙΩΝ ΚΑΙ ΑΛΙΑΡΤΟΥ				
ΔΗΜΟΣ ΟΡΧΟΜΕΝΟΥ				
ΔΗΜΟΣ ΤΑΝΑΓΡΑΣ				
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΒΟΙΑΣ</b>	152.411	69.426	221.837	77,0
ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΕΩΝ	49.042	12.553	61.595	84,2
ΔΗΜΟΣ ΔΙΡΦΥΩΝ - ΜΕΣΣΑΠΙΩΝ	894	19	913	50,0
ΔΗΜΟΣ ΕΡΕΤΡΙΑΣ	32.044	27.896	59.940	93,0
ΔΗΜΟΣ ΙΣΤΙΑΙΑΣ - ΑΙΔΗΨΟΥ	24.382	20.364	44.746	73,6
ΔΗΜΟΣ ΚΑΡΥΣΤΟΥ	15.548	2.608	18.156	64,7
ΔΗΜΟΣ ΚΥΜΗΣ - ΑΛΙΒΕΡΙΟΥ	9.438	478	9.916	91,7
ΔΗΜΟΣ ΜΑΝΤΟΥΔΙΟΥ - ΛΙΜΝΗΣ - ΑΓΙΑΣ ΑΝΝΑΣ	11.663	3.545	15.208	54,3
ΔΗΜΟΣ ΣΚΥΡΟΥ	9.400	1.963	11.363	87,7
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ</b>	36.237	1.376	37.613	79,4
ΔΗΜΟΣ ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ	35.943	1.366	37.309	78,6
ΔΗΜΟΣ ΑΓΡΑΦΩΝ	294	10	304	100,0
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ</b>	42.587	87.809	130.396	74,9



	<b>ΦΩΚΙΔΑΣ</b>				
	ΔΗΜΟΣ ΔΕΛΦΩΝ	37.621	86.327	123.948	77,1
	ΔΗΜΟΣ ΔΩΡΙΔΟΣ	4.966	1.482	6.448	67,4

Πίνακας 2.6: Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κατά Νομό της Περιφέρειας Στερεάς 2016

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ / ΔΗΜΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΗΜΕΛΛΗΠΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠ ΩΝ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ (%) ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΚΛΙΝΩΝ ΟΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>		<b>6.105.805</b>	<b>14.830.511</b>	<b>20.936.316</b>	<b>81,2</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>		<b>354.539</b>	<b>244.117</b>	<b>598.656</b>	<b>75,3</b>
	<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ</b>	79.641	16.758	96.399	71,7
	ΔΗΜΟΣ	41.109	3.793	44.902	73,3

ΛΑΜΙΕΩΝ				
ΔΗΜΟΣ ΑΜΦΙΚΛΕΙΑΣ – ΕΛΑΤΕΙΑΣ	2.499	97	2.596	75,6
ΔΗΜΟΣ ΛΟΚΡΩΝ	1.976	958	2.934	49,5
ΔΗΜΟΙ ΜΑΚΡΑΚΩΜΗΣ ΚΑΙ ΔΟΜΟΚΟΥ	5.741	133	5.874	71,9
ΔΗΜΟΣ ΜΩΛΟΥ - ΑΓΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	25.367	11.279	36.646	74,6
ΔΗΜΟΣ ΣΤΥΛΙΔΟΣ	2.949	498	3.447	90,9
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ</b>	37.135	23.595	60.730	70,1
ΔΗΜΟΣ ΛΕΒΑΔΕΩΝ	8.184	160	8.344	86,9
ΔΗΜΟΣ ΔΙΣΤΟΜΟΥ - ΑΡΑΧΟΒΑΣ - ΑΝΤΙΚΥΡΑΣ	21.305	22.777	44.082	64,8
ΔΗΜΟΙ ΘΗΒΑΙΩΝ ΚΑΙ ΑΛΙΑΡΤΟΥ	7.646	658	8.304	80,4
ΔΗΜΟΣ ΟΡΧΟΜΕΝΟΥ				
ΔΗΜΟΣ ΤΑΝΑΓΡΑΣ				
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΒΟΙΑΣ</b>	160.341	76.936	237.277	76,4
ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΕΩΝ	51.547	12.806	64.353	79,5
ΔΗΜΟΣ ΔΙΡΦΥΩΝ – ΜΕΣΣΑΠΙΩΝ	910	21	931	50,0
ΔΗΜΟΣ	35.070	34.106	69.176	93,6

ΕΡΕΤΡΙΑΣ				
ΔΗΜΟΣ ΙΣΤΙΑΙΑΣ – ΑΙΔΗΨΟΥ	24.879	21.797	46.676	72,8
ΔΗΜΟΣ ΚΑΡΥΣΤΟΥ	18.288	3.175	21.463	64,6
ΔΗΜΟΣ ΚΥΜΗΣ – ΑΛΙΒΕΡΙΟΥ	9.768	688	10.456	95,1
ΔΗΜΟΣ ΜΑΝΤΟΥΔΙΟΥ - ΛΙΜΝΗΣ - ΑΓΙΑΣ ΑΝΝΑΣ	8.932	2.199	11.131	58,6
ΔΗΜΟΣ ΣΚΥΡΟΥ	10.947	2.144	13.091	90,9
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ</b>	34.514	1.083	35.597	78,0
ΔΗΜΟΣ ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ	34.294	1.059	35.353	77,1
ΔΗΜΟΣ ΑΓΡΑΦΩΝ	220	24	244	100,0
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΦΩΚΙΔΑΣ</b>	42.908	125.745	168.653	74,3
ΔΗΜΟΣ ΔΕΛΦΩΝ	37.907	123.463	161.370	77,0
ΔΗΜΟΣ ΔΩΡΙΔΟΣ	5.001	2.282	7.283	65,5

**Πίνακας 2.7:** Αφίξεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, κατά Νομό της Περιφέρειας Στερεάς 2017

Από τα παραπάνω δεδομένα λοιπόν παρατηρούμε ότι για την περίοδο 2016-2017 οι αφίξεις ημεδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα παρουσίασαν μείωση και σε επίπεδο χώρας, καθώς και σε επίπεδο Περιφέρειας Στερεάς και των νομών της Περιφέρειας. Την μεγαλύτερη πτώση εμφανίζουν οι νομοί Φθιώτιδας (18,47%) και Ευρυτανίας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να

αναφέρουμε ότι ο νομός Ευρυτανίας παρουσιάζει την μεγαλύτερη αύξηση στις αφίξεις των αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα (76,42%), αύξηση που είναι πολύ μεγαλύτερη από εκείνη σε επίπεδο χώρας και Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας. Οι αφίξεις τόσο των ημεδαπών όσο και των αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα για την χρονική περίοδο 2014-2015, παρουσιάζουν πτώση, με μόνη εξαίρεση τις αφίξεις αλλοδαπών στο νομό Ευρυτανίας που παρουσιάζει αύξηση 21,80%.

Το ίδιο ισχύει και για την περίοδο 2013-2014 όπου ο νομός Ευρυτανίας εμφανίζει αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών κατά 114,88%.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.

### Καταλύματα Νομού Ευρυτανίας

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε δυο ξενοδοχειακά καταλύματα του Νομού Ευρυτανίας όσον αφορά τον ισολογισμό τους, τον οποίο τον είχαν διαθέσιμο ηλεκτρονικά καθώς και τις αφίξεις των τουριστών και τις διανυκτερεύσεις. Επίσης, κάποιες πληροφορίες τις αντλήσαμε και τηλεφωνικώς από τους υπεύθυνους των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, οι οποίοι δέχτηκαν να μας βοηθήσουν με προθυμία για την διεξαγωγή της έρευνας μας, καθώς και από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο.

Με τις πληροφορίες που συλλέξαμε από την ΕΛΣΤΑΤ όσον αφορά την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων του Νομού για το έτος 2017 προκύπτει ότι:

<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ</b>	18,3	78,0
ΔΗΜΟΣ ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ	18,9	77,1
ΔΗΜΟΣ ΑΓΡΑΦΩΝ	6,1	100,0

Και η πληρότητα ανά μήνα για το έτος ήταν:



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή.

### 3.1 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΑΜΑΔΡΥΑΔΕΣ»

#### ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ

ΕΔΡΑ: ΒΟΥΥΤΥΡΟ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ, ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ / Α.Φ.Μ.: 099702902/ Δ.Ο.Υ.:ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ

Αρ.Γ.Ε.ΜΗ.: 121564123000

#### ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017

15η ΧΡΗΣΗ (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2017 - 31η ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017)

	2017	2016
Κύκλος εργασιών (καθαρός)	55.162,55	45.298,69
Λοιπά συνήθη έσοδα	487,00	400,00
Μεταβολές αποθεμάτων (Εμπ/τα, προϊόντα, ημικατ/μένα)	-951,38	-403,55
Απογραφή 01/01	1.579,73	1.176,18
Απογραφή 31/12	2.531,11	1.579,73
Αγορές εμπορευμάτων και υλικών	10.420,11	7.683,23
Παροχές σε εργαζόμενους	16.308,80	17.559,67
Εισφορές σε ασφαλιστικά ταμεία	4.089,22	4.533,91
Αποσβέσεις ενσωμάτων παγίων και άυλων στοιχείων	27.686,50	24.473,34
Λοιπά έξοδα και ζημιές	17.560,50	14.335,10
Λοιπά έσοδα και κέρδη	0,00	0,00
Έκτακτα έξοδα και ζημιές	0,00	0,00
Έκτακτα έσοδα και κέρδη	0,00	0,00
Τόκοι και συναφή κονδύλια (καθαρό ποσό)	160,39	242,41
<b>Αποτελέσματα προ φόρων</b>	<b>-19.624,59</b>	<b>-22.725,42</b>
Φόροι		
<b>Αποτέλεσμα περιόδου μετά από φόρους</b>	<b>-19.624,59</b>	<b>-22.725,42</b>

ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ, 30/03/2018

Ο ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ

Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ

ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Α.Δ.Τ.Χ 835040/Α.Φ.Μ. 050223314

ΧΑΔΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓ. ΑΡΓΥΡΗΣ

Α.Δ.Τ.: 325873/ Α.Φ.Μ.: 020468908

22349/ Α ΤΑΞΗΣ

**ΝΙΚΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ**

ΕΔΡΑ: ΒΟΥΥΤΥΡΟ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ, ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ / Α.Φ.Μ.: 099702902/ Δ.Ο.Υ.:ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ

Αρ.Γ.Ε.ΜΗ.: 121564123000

**ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017**15η ΧΡΗΣΗ (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2017 - 31η ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2017)

<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>	Ποσά κλειόμενης χρήσης <b>2 0 1 7</b>		Ποσά προηγούμενης χρήσης <b>2 0 1 6</b>	
	Πάγια	824.973,88		818.716,96
Μείον: Αποσβεσμένα Απομειωμένα	634.092,04	190.881,84	606.405,54	212.311,42
Αποθέματα		2.531,11		1.579,73
Απαιτήσεις		0,00		0,00
Προκαταβολές και έσοδα εισπρακτέα				
Λοιπά		13.532,75		9.241,31
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>		<u>206.945,70</u>		<u>223.132,46</u>
<b>Καθαρή Θέση και Υποχρεώσεις</b>				
Κεφάλαια και αποθεματικά		200.336,89		219.961,48
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις				
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		6.608,81		3.170,98
<b>Σύνολο Καθαρής Θέσης και Υποχρεώσεων</b>		<u>206.945,70</u>		<u>223.132,46</u>

**3.1.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση**

Κατά την χρήση 2017 ο κύκλος εργασιών ανήλθε σε 55.162,55 Ευρώ. Συνυπολογιζόμενων των κονδυλίων:

- (i) Λοιπά συνήθη έσοδα ποσού 487,00 Ευρώ.
- (ii) Λοιπά έξοδα και ζημιές ποσού 17.560,50 Ευρώ.
- (iii) Τόκοι και συναφή έσοδα ποσού(καθαρό ποσό) 160,39 Ευρώ.
- (iv) Αγορές εμπορευμάτων και υλικών ποσού 10.420,11 Ευρώ.
- (v) Παροχές σε εργαζόμενους ποσού 16.308,80 Ευρώ

το αποτέλεσμα της περιόδου είναι ζημία ύψους 19.624,59 Ευρώ



Τα καταβληθέντα εταιρικά μερίδια ανέρχονται στο ποσό των 351.450,00€ και αποτελούνται από 11.715,00 εταιρικά μερίδια ονομαστικής αξίας 30,00€. Η εταιρεία δεν κατέχει άμεσα ή έμμεσα ίδια εταιρικά μερίδια ούτε έχει προβεί σε ενέργειες για την απόκτηση ιδίων εταιρικών μεριδίων.

Τα ίδια κεφάλαια της εταιρείας ανέρχονται στο ποσό των 200.336,89€ και αναλύονται ως εξής:

- Καταβλημένο εταιρικό κεφάλαιο 351.450,00€
- Επιχορηγήσεις επενδύσεων πάγιου ενεργητικού 225.217,19€
- Καταθέσεις εταίρων έναντι αυξήσεως κεφαλαίου 132.650,00€
- Ζημίες εις νέον 508.980,30€

### 3.2 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΚΩΝΙΣΚΟΣ»

#### Β.5 Ισολογισμός πολύ μικρών οντοτήτων 2016 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 01/01/2017 - 31/12/2017

ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ	2017	2016
ΠΑΓΙΑ		670.966,30	669.242,31
ΜΕΙΟΝ ΑΠΟΣΒΕΣΜΕΝΑ	275.912,19		241.036,34
ΑΠΟΜΕΙΩΜΕΝΑ	0,00	395.054,11	0,00
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ		0,00	0,00
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ		59.224,70	60.840,90
ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΕΣ ΚΑΙ ΕΣΟΔΑ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ		134,99	2.162,62
ΛΟΙΠΑ		43.158,38	49.622,78
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		497.572,18	540.832,27
<b>ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>			
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ		322.455,54	361.352,19
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		0,00	0,00
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		175.116,64	179.480,08
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ & ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		497.572,18	540.832,27

ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ 15/06/2018

ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ.  
ΧΑΡΟΥΛΑ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ  
ΑΔΤ ΑΒ 199543

Ο  
ΛΟΓΙΣΤΗΣ  
ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΥΡΙΣΙΩΤΗΣ

**Β.5:Ισολογισμός πολύ μικρών οντοτήτων**

2016 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 01/01/2016 - 31/12/2016

<u>Σημειώσεις</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
Πάγια	669.242,31	669.061,02
Μείον Αποσβεσμένα	241.036,34	206.808,74
Απομειωμένα	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>
Αποθέματα	0,00	0,00
Απατήσεις	60.840,90	44.037,64
Προκαταβολές και Έσοδα Εισπρακτέα	2.162,62	2.422,65
Λοιπά	<u>49.622,78</u>	<u>49.718,91</u>
Σύνολο Ενεργητικού	540.832,27	558.451,48
<b>Καθαρή Θέση και Υποχρεώσεις</b>		
Κεφάλαια και Αποθεματικά	361.352,19	384.838,37
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	0,00	0,00
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	<u>179.480,08</u>	<u>173.613,11</u>
Σύνολο Καθαρής Θέσης και Υποχρεώσεων	540.832,27	558.451,48

ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ, 15/06/2017

### 3.2.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση

Κατά τη χρήση 2017 παρατηρούμε τα κεφάλαια και τα αποθεματικά ανέρχονται σε

322.455,54 και οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης είναι 175.116,64 ευρώ. Επίσης παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο μέρος των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης προέρχεται από τα πάγια της.

Στην εταιρική χρήση 2016 παρατηρούμε τα κεφάλαια και τα αποθεματικά ανέρχονται σε 361.352,19 και οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης είναι 179.480,06 ευρώ. Επίσης παρατηρούμε ότι και σε αυτή τη χρήση το μεγαλύτερο μέρος των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης προέρχεται από τα πάγια της.

**ΚΩΝ/ΝΟΣ ΚΑΤΣΑΡΗΣ Α.Ε.**

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2015 - 34η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 1 Ιανουαρίου-31 Δεκεμβρίου 2015 Α.Ρ.ΓΕΜΗ: 122550423000

	31.12.2015	31.12.2014		31.12.2015	31.12.2014
<b>Σημείωση</b>			<b>Σημείωση</b>		
<b>Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία</b>			<b>Καθαρή θέση</b>		
Ενσώματα πάγια			Καταβλημένα κεφάλαια		
Ακίνητα	656.981,05	657.001,17	Κεφάλαιο	866.412,00	866.412,00
Μηχανολογικός εξοπλισμός	13.057,00	0,00	Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο		
Λοιπός εξοπλισμός	13.237,65	15.192,02	Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού	66.379,48	66.379,48
Σύνολο	683.275,70	672.193,19	Αφορολόγητα αποθεματικά	0,00	0,00
Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία			Αποτελέσματα εις νέο (ζημίες)	-96.654,52	-196.477,20
Λοιπά άυλα	0,00	0,00	Σύνολο	-30.275,04	-130.097,72
Σύνολο	0,00	0,00	<b>Σύνολο καθαρής θέσης</b>	<b>836.136,96</b>	<b>736.314,28</b>
Προκαταβολές και μη κυκλοφ. στοιχεία υπό κατασκευή					
Δάνεια και απαιτήσεις			<b>Προβλέψεις</b>		
Συμμετοχές σε θυγατρικές, συγγενείς και κοινοπραξίες	1.000,00	1.000,00	Προβλέψεις για παροχές σε εργαζομένους	0,00	0,00
Σύνολο	1.000,00	1.000,00	<b>Υποχρεώσεις</b>		
Σύνολο μη κυκλοφορούντων	684.275,70	673.193,19	Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
<b>Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία</b>			Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	44.788,03	44.788,03
Αποθέματα			Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Εμπορεύματα	1.385,84	1.420,25	Τραπεζικά δάνεια	23.833,97	23.833,97
Σύνολο	1.385,84	1.420,25	Εμπορικές υποχρεώσεις	5.585,89	3.597,21
Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές			Φόρος εισοδήματος	800,00	-3.066,82
Εμπορικές απαιτήσεις	37.406,78	25.729,77	Λοιποί φόροι και τέλη	82,95	0,00
Λοιπές απαιτήσεις	49,76	0,00	Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	46.471,00	42.252,39
Λοιπά χρηματοοικονομικά στοιχεία	0,00	0,00	Λοιπές υποχρεώσεις	68.452,57	32.507,46
Προπληρωμένα έξοδα	0,00	0,00	Σύνολο	145.226,38	99.124,21
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	303.033,29	179.883,31	<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	<b>190.014,41</b>	<b>143.912,24</b>
Σύνολο	340.489,83	205.613,08			
Σύνολο κυκλοφορούντων	341.875,67	207.033,33	<b>Σύνολο καθαρής θέσης, προβλέψεων και υποχρεώσεων</b>	<b>1.026.151,37</b>	<b>880.226,52</b>
Σύνολο ενεργητικού	1.026.151,37	880.226,52			

**ΚΩΝ/ΝΟΣ ΚΑΤΣΑΡΗΣ Α.Ε.**

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2016 - 35η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ 1 Ιανουαρίου-31 Δεκεμβρίου 2016 Α.Ρ.ΓΕΜΗ: 122550423000

	31.12.2016	31.12.2015		31.12.2016	31.12.2015
<b>Σημείωση</b>			<b>Σημείωση</b>		
<b>Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία</b>			<b>Καθαρή θέση</b>		
Ενσώματα πάγια			Καταβλημένα κεφάλαια		
Ακίνητα	656.960,93	656.981,05	Κεφάλαιο	866.412,00	866.412,00
Μηχανολογικός εξοπλισμός	13.057,00	13.057,00	Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο		
Λοιπός εξοπλισμός	9.446,06	13.237,65	Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού	66.657,43	66.379,48
Σύνολο	679.463,99	683.275,70	Αφορολόγητα αποθεματικά	0,00	0,00
Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία			Αποτελέσματα εις νέο (ζημίες)	-91.095,63	-96.654,52
Λοιπά άυλα	0,00	0,00	Σύνολο	-24.438,20	-30.275,04
Σύνολο	0,00	0,00	<b>Σύνολο καθαρής θέσης</b>	<b>841.973,80</b>	<b>836.136,96</b>
Προκαταβολές και μη κυκλοφ. στοιχεία υπό κατασκευή			<b>Προβλέψεις</b>		
Δάνεια και απαιτήσεις			Προβλέψεις για παροχές σε εργαζομένους	0,00	0,00
Συμμετοχές σε θυγατρικές, συγγενείς και κοινοπραξίες	1.000,00	1.000,00	<b>Υποχρεώσεις</b>		
Σύνολο	1.000,00	1.000,00	Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
<b>Σύνολο μη κυκλοφορούντων</b>	<b>680.463,99</b>	<b>684.275,70</b>	Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	44.788,03	44.788,03
<b>Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία</b>			Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Αποθέματα			Τραπεζικά δάνεια	21.533,67	23.833,97
Εμπορεύματα	1.050,00	1.385,84	Εμπορικές υποχρεώσεις	19.003,13	5.585,89
Σύνολο	1.050,00	1.385,84	Φόρος εισοδήματος	0,00	800,00
Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές			Λοιποί φόροι και τέλη	4.702,71	82,95
Εμπορικές απαιτήσεις			Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	52.511,83	46.471,00
Λοιπές απαιτήσεις	54.114,61	37.406,78	Λοιπές υποχρεώσεις	78.662,15	68.452,57
Λοιπά χρηματοοικονομικά στοιχεία	0,00	49,76	Σύνολο	176.413,49	145.226,38
Προπληρωμένα έξοδα	0,00	0,00	<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	<b>221.201,52</b>	<b>190.014,41</b>
Ταμειακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	327.546,72	303.033,29	<b>Σύνολο καθαρής θέσης, προβλέψεων και υποχρεώσεων</b>	<b>1.063.175,32</b>	<b>1.026.151,37</b>
Σύνολο	381.661,33	340.489,83			
<b>Σύνολο κυκλοφορούντων</b>	<b>382.711,33</b>	<b>341.875,67</b>			
<b>Σύνολο ενεργητικού</b>	<b>1.063.175,32</b>	<b>1.026.151,37</b>			

### 3.3 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΔΕΚΑΝΤΙΝ»

#### 3.3.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση

Σύμφωνα με την ανάλυση του Ισολογισμού χρήσεως 2015 λαμβάνουμε τις παρακάτω πληροφορίες:

- Το μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης δεν μεταβλήθηκε κατά τη διάρκεια της χρήσης.
- Το σύνολο των υποχρεώσεων ανέρχεται σε 190.014,41 ευρώ και αφορούν λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις 44.788,03, τραπεζικά δάνεια 23.833,97, εμπορικές υποχρεώσεις 5.585,89, φόροι-τέλη 82,95, φόρο εισοδήματος 800, οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης 46.471 και λοιπές υποχρεώσεις 68.452,57.
- Απ' την άλλη μεριά η επιχείρηση παρουσιάζει λοιπές απαιτήσεις ύψους 37.406,78 και ταμειακά διαθέσιμα 303.033,29.

Για την παραπάνω χρήση η επιχείρηση παρουσιάζει ζημία 96.654,52.

Σύμφωνα με την ανάλυση του Ισολογισμού χρήσεως 2016 λαμβάνουμε τις παρακάτω πληροφορίες:

- (i) Το μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης δεν μεταβλήθηκε κατά τη διάρκεια της χρήσης.
- (ii) Το σύνολο των υποχρεώσεων αυξήθηκε σε 221.201,52 ευρώ και αφορούν λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις 44.788,03, τραπεζικά δάνεια 21.533,67, εμπορικές υποχρεώσεις 19.003,13, φόροι-τέλη 4.702,71, οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης 52.511,83 και λοιπές υποχρεώσεις 78.662,15.
- (iii) Απ' την άλλη μεριά η επιχείρηση παρουσιάζει λοιπές απαιτήσεις ύψους 54.114,61 και ταμειακά διαθέσιμα 327.546,72.

Για την παραπάνω χρήση η επιχείρηση παρουσιάζει ζημία μειωμένη σε σχέση με την προηγούμενη χρήση 91.095,63.



**ΚΑΠΟΥΛΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΕ**

ΕΔΡΑ: ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ / Α.Φ.Μ.: 998895310 / Δ.Ο.Υ.:ΚΑΡΠΕΝΗΣΙΟΥ

ΑΡ.ΓΕΜΗ. 121563123000 - ΑΡ.ΜΑΕ . 69025/13/Β/09/01

**Ι Σ Ο Λ Ο Γ Ι Σ Μ Ο Σ Τ Η Σ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2015**

6η ΧΡΗΣΗ (1η ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2015 - 31η ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2015)

<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>Ποσά χρήσης</b>	<b>κλειόμενης 2015</b>	<b>Ποσά χρήσης</b>	<b>προηγούμενης 2014</b>
Πάγια	1.224.882,35		1.233.043,21	
Μείον: Αποσβεσμένα	0,00	1.224.882,35		1.233.043,21
Απομειωμένα	0,00	0,00		
Αποθέματα		0,00		
Απαιτήσεις		0,00		0,00
Προκαταβολές και έσοδα εισπρακτέα		0,00		
Λοιπά		14.872,39		17.260,15
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>		<b>1.239.754,74</b>		<b>1.250.303,36</b>
<b>Καθαρή Θέση και Υποχρεώσεις</b>				
Κεφάλαια και αποθεματικά		976.587,25		980.590,24
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		243.917,53		243.917,53
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		19.249,96		25.795,59
<b>Σύνολο Καθαρής Θέσης και Υποχρεώσεων</b>		<b>1.239.754,74</b>		<b>1.250.303,36</b>
Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ. & ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ				
ΚΑΠΟΥΛΑΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ ΤΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ				
Α.Δ.Τ.1853584				

**3.4 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΑΛΕΞΑΝΔΡΑΣ»****3.4.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση**

Ο κύκλος εργασιών της κλεισμένης χρήσεως ανήλθε σε 0,00€ σε σχέση με 0,00€ της προηγούμενης χρήσης και τα αποτελέσματα προ φόρων -4.002,99€ σε σχέση με 0,00€ της προηγούμενης χρήσης. Η εταιρία πραγματοποίησε ζημίες χρήσης -4.002,99€ ενώ πέρυσι 0,00€, και η φορολογική της υποχρέωση ανήλθε σε 0,00€ σε σχέση με 0,00€ την προηγούμενη χρήση.

**Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία****Αποθέματα**

Έτοιμα και ημιτελή προϊόντα	0,00	0,00
Εμπορεύματα	1.840,50	1.280,40
Πρώτες ύλες και διάφορα υλικά	246,50	166,00
Βιολογικά περιουσιακά στοιχεία	0,00	0,00
Προκαταβολές για αποθέματα	0,00	0,00
Λοιπά αποθέματα	0,00	0,00

**Σύνολο** **2.087,00** **1.446,40**

**Χρηματοοικονομικά στοιχεία και προκαταβολές**

Εμπορικές απαιτήσεις	3.260,43	9.457,80
----------------------	----------	----------

Λοιπά περιουσιακά στοιχεία **0,00** **0,00**

**Σύνολο** **1.276.882,53** **1.287.390,03**

**Άυλα πάγια στοιχεία**

Δαπάνες ανάπτυξης	0,00	0,00
Υπεραξία	0,00	0,00
Λοιπά άυλα	8.727,72	10.103,72

**Σύνολο** **8.727,72** **10.103,72**

**Προκαταβολές και μη κυκλοφορούντα στοιχεία υπό κατασκευή****Χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία**

Δάνεια και απαιτήσεις	25,00	25,00
Χρεωστικοί τίτλοι	0,00	0,00
Συμμετοχές σε θυγατρικές, συγγενείς και κοινοπραξίες	0,00	0,00
Λοιποί συμμετοχικοί τίτλοι	0,00	0,00
Λοιπά	0,00	0,00

**Σύνολο** **25,00** **25,00**

**Αναβαλλόμενοι φόροι** **0,00** **0,00**

**Σύνολο μη κυκλοφορούντων** **1.285.635,25** **1.297.518,75**

### 3.5 Ισολογισμός και Ανάλυση ξενοδοχειακού καταλύματος «ΟΝΕΙΡΟΠΕΤΡΑ»



Βραχυπρόθεσμο μέρος μακροπροθέσμων δανείων	0,00	0,00
Εμπορικές υποχρεώσεις	7.103,37	1.197,76
Φόρος εισοδήματος	0,00	0,00
Λοιποί φόροι και τέλη	3.084,96	1.498,69
Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης	3.218,84	2.104,77
Λοιπές υποχρεώσεις	3.929,35	210,00
Έξοδα χρήσεως δαουλευμένα	0,00	0,00
Έσοδα επόμενων χρήσεων	0,00	0,00
<b>Σύνολο</b>	<b>17.340,52</b>	<b>5.011,22</b>
<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	<b>620.612,94</b>	<b>608.283,64</b>
<b>Σύνολο καθαρής θέσης, προβλέψεων και υποχρεώσεων</b>	<b>1.393.468,53</b>	<b>1.392.346,15</b>
Ίδιοι τίτλοι	0,00	0,00
<b>Σύνολο</b>	<b>870.000,00</b>	<b>870.000,00</b>
<b>Διαφορές εύλογης αξίας</b>		
Διαφορές αξίας ενσώματων παγίων	0,00	0,00
Διαφορές αξίας διαθέσιμων για πώληση	0,00	0,00
Διαφορές αξίας στοιχείων αντιστάθμισης ταμειακών ροών	0,00	0,00
<b>Σύνολο</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Αποθεματικά και αποτελέσματα εις νέο</b>		
Αποθεματικά νόμων ή καταστατικού	0,00	0,00
Αφορολόγητα αποθεματικά	0,00	0,00
Αποτελέσματα εις νέο	-97.144,41	-85.937,49
<b>Σύνολο</b>	<b>-97.144,41</b>	<b>-85.937,49</b>
<b>Συναλλαγματικές διαφορές</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Σύνολο καθαρής θέσης</b>	<b>772.855,59</b>	<b>784.062,51</b>
<b>Προβλέψεις</b>		
Προβλέψεις για παροχές σε εργαζομένους	0,00	0,00
Λοιπές προβλέψεις	0,00	0,00
<b>Σύνολο</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

### **3.5.1 Χρηματοοικονομική Ανάλυση «ΟΝΕΙΡΟΠΕΤΡΑ»**

Κατά τη διάρκεια της χρήσης 2016 δεν έγινε μεταβολή στο Μετοχικό Κεφάλαιο της επιχείρησης.

Το σύνολο των υποχρεώσεων αναλύεται σε:

- (i) Εμπορικές υποχρεώσεις ύψους 7.103,37 ευρώ.
- (ii) Λοιποί φόροι-τέλη & Οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης ύψους 3.084,96 και 3.218,84 αντίστοιχα.
- (iii) Λοιπές υποχρεώσεις ύψους 3.929,35 ευρώ.

Επίσης η επιχείρηση παρουσιάζει αυξημένα ταμειακά διαθέσιμα σε σχέση με την περσινή χρήση.

Τέλος, στα αποτελέσματα εις νέον διακρίνουμε ζημία ύψους 97.144,91 ευρώ και αυτή αυξημένη σε σχέση με τη χρήση του 2015.

### **3.6 Ικανότητα Τουριστικής Ανάπτυξης**

Αναλύοντας την έννοια της Ικανότητας Τουριστικής αναφερόμαστε στα όρια ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής, όπου πέρα από αυτά ελαχιστοποιούνται τα οφέλη.

Αντίθετα, όταν η φέρουσα ικανότητα τουριστικής ανάπτυξης μίας περιοχής είναι πολύ χαμηλή, τότε δύναται βελτίωση και αύξησής της.

Το Καρπενήσι συγκεντρώνει το 30% περίπου του συνολικού πληθυσμού του νομού (9.321 κατοίκους κατά την απογραφή του 2001) και αποτελεί κύριο, αν όχι αποκλειστικό κέντρο προσπέλασης τουριστών και αφετηρία για διάφορες διαδρομές, περιηγήσεις και δραστηριότητες. Επίσης, αποτελεί βασικό κέντρο πολλών επιχειρήσεων (χιονοδρομικού και λιανικού εμπορίου) από τις οποίες διακρίνουμε: ξενοδοχειακές - παροχής καταλυμάτων (10), εστιατορίων-μπαρ-καφενείων (45), οδικών μεταφορών-εμπορευμάτων (34), κατασκευών-οικοδομών (61). Ως προς τα υφιστάμενα τουριστικά καταλύματα το Καρπενήσι διαθέτει συνολικά 1.477 κλίνες εκ των οποίων οι 1.047 ανήκουν σε ξενοδοχεία, 412 σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και 18 σε αγροτουριστικά καταλύματα.

Ενδιαφέρον παραπλήσιος μικρός οικισμός σε απόσταση περίπου πέντε χιλιομέτρων και με περίπου 130 κατοίκους είναι οι Κορυσχάδες με ενδιαφέροντα ιστορικά σπίτια (5 ανακαινισμένα από ΕΟΤ με ξενώνες δυναμικότητας 50 κλινών) και ελκυστικό φυσικό τοπίο.

Το Καρπενήσι αποτελεί και αφετηρία προσπέλασης στο χιονοδρομικό κέντρο Βελούχι (Τυμφρηστός) σε υψόμετρο 1.848 μέτρων και σε απόσταση 11 χιλιομέτρα από το Καρπενήσι. Πρόκειται για ένα αναπτυσσόμενο χιονοδρομικό κέντρο με 12 πίστες και 7 αναβατήρες (4 εναέριοι, 3 συρόμενοι) συνολικού μήκους 3.912 μ. και με δυνατότητα εξυπηρέτησης 4.000 ατόμων των ώρα.

Σύμφωνα με τα αναπτυξιακά δεδομένα και τα στερεότυπα-Standard η σχετική χωρητικότητα εκτιμάται σε τρία επίπεδα: α) Δήμος Καρπενησίου, β) ευρύτερη ζώνη Καρπενησίου, και γ) Χιονοδρομικό κέντρο Βελούχι.

α) Χωρητικότητα οικισμού Καρπενησίου.

(i) Μέσος όρος X. - Σχέση 1/1,5:	6.214
(ii) Μέγιστη X. - Σχέση 1/1:	9.321
(iii) Ελάχιστη X. - Σχέση 1/2:	4.660

β) Χωρητικότητα ευρύτερης ζώνης (με οικισμούς Κορυσχάδες (134 καταλύματα.) και Γοριανάδες (142 καταλύματα)

(i) Μέσος όρος X. - Σχέση 1/1,5:	6.400
(ii) Μέγιστη X. - Σχέση 1/1:	9.600
(iii) Ελάχιστη X. - Σχέση 1/2:	4.800

γ) Χωρητικότητα (ημερήσια) του Χιονοδρομικού Κέντρου Βελούχι.

Όπως προκύπτει από την εξέταση των σχετικών δεδομένων στη διεθνή βιβλιογραφία, δεν υπάρχουν καθιερωμένα ή γενικότερα αποδεκτά Standard χωρητικότητας για χιονοδρομικά κέντρα. Η Χωρητικότητα του κέντρου υπολογίστηκε με βάση κυρίως τις υποδείξεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού καθώς και ορισμένους χαρακτηριστικούς παράγοντες της περιοχής όπως: α) υπάρχοντα δίκτυα υποδομών και ανάδοχων προσπέλασης και εξυπηρέτησης σκιέρ (π.χ. αναβατήρες) και β) τα συνολικά μεγέθη ή την έκταση που καλύπτουν οι 12 πίστες. Τα σχετικά μεγέθη που προκύπτουν είναι: 2500 άτοκά - σκιέρ (ελάχιστη χωρητικότητα).

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση σχετικά με την ικανότητα ανάπτυξης μίας περιοχής μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση την τιμή του δείκτη τουριστικής λειτουργίας.

$$\text{Δείκτης Τουριστικής Λειτουργίας (ΔΤΛ)} = \frac{\text{Κλίνες}}{\text{Πληθυσμός}} \times 100$$

$$\text{Δείκτης Τουριστικής Πυκνότητας (ΔΤΠ)} = \frac{\text{Διανυκτερεύσεις}}{\text{Εκταση}} \times \frac{100}{365}$$

$$\text{Δείκτης Τουριστικής Εντασης (ΔΤΕ)} = \frac{\text{Αφίξεις}}{\text{Πληθυσμός}} \times 100$$

Ο Δείκτης Τουριστικής Λειτουργίας (Δ.Τ.Λ.) της ευρύτερης ζώνης Καρπενησίου, σύμφωνα με τα υπάρχοντα δεδομένα προσδιορίζεται ως εξής:

$$\Delta.Τ.Λ. = \frac{9.597}{1572} \times 100 = 16,4$$

Εκτιμώντας τις δυνάμει αναπτυξιακές δυνατότητες της περιοχής μπορεί να διαμορφωθεί στα επίπεδα των 2.400-2.900 κλινών (Δ.Τ.Λ.:25-30), ήτοι μια πρόσθετη αύξηση 800-1300 νέων κλινών.

$\Delta T\Lambda > 500 \rightarrow$  Υπερβολική Τουριστική Ανάπτυξη

$100 \leq \Delta T\Lambda \leq 500 \rightarrow$  Μεγάλη – Σχεδόν Αποκλειστική Τουριστική Ανάπτυξη

$40 \leq \Delta T\Lambda \leq 100 \rightarrow$  Κύρια Ανάπτυξη του Τουρισμού σε Σχέση με Άλλους Τομείς

$10 \leq \Delta T\Lambda \leq 40 \rightarrow$  Σημαντική Τουριστική Ανάπτυξη αλλά όχι Κύρια σε Σχέση με Άλλους Τομείς

$4 \leq \Delta T\Lambda \leq 10 \rightarrow$  Μικρή Τουριστική Ανάπτυξη

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.**

### **Στρατηγικές ξενοδοχειακών επιχειρήσεων**

Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω οικονομικά στοιχεία για τον Νομό Ευρυτανίας, καθώς επίσης και την γεωγραφική θέση του Νομού και τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που παρέχει στον επισκέπτη, ακολουθούν παρακάτω κατευθύνσεις και στρατηγικές που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν από τις ξενοδοχειακές μονάδες, ώστε να οργανωθεί σε μεγαλύτερο βαθμό η βιομηχανία του τουρισμού και η σημαντικότητα του στην ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας.

#### **4.1 Ο Κύκλος των παρεχόμενων υπηρεσιών**

Ο κύκλος των παρεχόμενων υπηρεσιών ενός ξενοδοχείου, αποτελεί την βάση εκείνη για την σωστή ανάπτυξη ενός προγράμματος διαχείρισης και καλύτερης οργάνωσης των υπηρεσιών διαμονής. Παρακάτω ακολουθεί η αλληλουχία των βημάτων του κύκλου παρεχόμενων υπηρεσιών των ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και η εξέλιξη των αιτημάτων των πελατών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου: (Καρατάσιος Στ. Γεώργιος, 1981)

#### **Μάρκετινγκ**

- Έρευνα Αγοράς
- Διαφήμιση- Προώθηση υπηρεσιών μονάδας

#### **Κρατήσεις**

- Σύστημα κρατήσεων, τηλεφωνικό κέντρο, φαξ, διαδίκτυο
- Προτυποποίηση των διαδικασιών των τηλεφωνικών κρατήσεων
- Πολιτική ακυρώσεων
- Αποδοχή πιστωτικών καρτών

- Διαθεσιμότητα διαμονής στο ξενοδοχείο
- Υπηρεσίες φιλοξενίας
- Πληροφορίες για το ξενοδοχείο και τα μέσα μεταφοράς

### **Αφιξη στο ξενοδοχείο**

- Καλωσόρισμα-χαιρετισμός (πορτιέρης, γκρουμ, υπάλληλος υποδοχής)
- Μεταφορά των αποσκευών
- Διαδικασία άφιξης στο τμήμα υποδοχής (συμπλήρωση εντύπων)
- Επιλογή δωματίου
- Αποδοχή πιστωτικής κάρτας
- Διαθεσιμότητα δωματίων
- Πληροφορίες για το ξενοδοχείο και τις παρεχόμενες υπηρεσίες
- Καθαριότητα του χώρου υποδοχής, του ανελκυστήρα πελατών καθώς και του δωματίου
- Άριστη λειτουργία του κλιματισμού, της θέρμανσης, της τηλεόρασης
- Παροχή προϊόντων προσωπικής φροντίδας (καθαρές πετσέτες προσώπου, μάνιου κτλ.)

### **Παραμονή του πελάτη**

- Παροχή φαγητού και ποτού (προσφορά μενού, ώρες λειτουργίας των τμημάτων, τιμές, ποιότητα-επίπεδο εξυπηρέτησης)
- Κατάστημα δώρων
- Σαλόνι ξενοδοχείου (ψυχαγωγία, τιμές, ποιότητα-επίπεδο εξυπηρέτησης)
- Room service (προσφορά μενού, ώρες λειτουργίας)
- Υπηρεσία ορόφων(ώρες καθημερινής καθαριότητας, ανατροφοδότηση των προϊόντων προσωπικής φροντίδας, καθαριότητα κοινόχρηστων χώρων
- Ασφάλεια

- Συντήρηση

### **Τμήμα υποδοχής**

- Αιτήματα των πελατών (αφύπνιση, ώρες λειτουργίας των τμημάτων του ξενοδοχείου κ.λπ.)
- Πληροφορίες που αφορούν τη χρήση της συσκευής τηλεφώνου των δωματίων, γενικές πληροφορίες
- Αναπροσαρμογή των όρων διαμονής στο ξενοδοχείο ανά διαστήματα
- Διαφοροποίηση του χρόνου παραμονής στο ξενοδοχείο ανά διαστήματα (επέκταση – μείωση)

### **Αναχώρηση από το ξενοδοχείο**

- Λογικός χρόνος προθεσμίας για την αναχώρηση από το ξενοδοχείο
- Μεταφορά των αποσκευών
- Χρήση ανελκυστήρα πελατών
- Δυνατότητα πραγματοποίησης αναχώρησης μέσω ηλεκτρονικών μηχανημάτων (κινητό τηλέφωνο, μηχανήμα self check in – self checkout κ.λπ.)
- Ελάχιστος χρόνος αναμονής στη ρεσεψιόν
- Εκτύπωση του λογαριασμού, έλεγχος των χρεώσεων των καταναλώσεων
- Μελλοντικές κρατήσεις
- Αποχαιρετισμός (υπάλληλος υποδοχής, γκρουμ, πορτιέρης)
- Τα παραπάνω στοιχεία του κύκλου υπηρεσιών των ξενοδοχειακών μονάδων αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο για την ανάλυση υπηρεσιών από την διοίκηση. Το όφελος που μπορεί να προκύψει από την σωστή ανάλυση και αξιολόγηση του κύκλου των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις μονάδες, είναι ότι μπορεί να παρουσιάσει τυχόν ανεπάρκειες και ελλείψεις που υπάρχουν στο σύστημα. Έτσι λαμβάνοντας υπόψιν



όλες τις παραμέτρους, και εκτελώντας συγκεκριμένες διορθώσεις στα κατάλληλα σημεία, αυξάνεται ο βαθμός ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, προσδίδοντας κύρος στην ξενοδοχειακή μονάδα και είναι πιο εύκολο να πραγματοποιήσει πιο σύντομα ο επισκέπτης ένα νέο ταξίδι. (Λαλούμης Δημήτριος, 2002)

## 4.2 Η εξυπηρέτηση πελατών

Η εξυπηρέτηση πελατών αποτελεί, για κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση, το κεντρικό μέρος μιας επιχειρησιακής στρατηγικής και καθορίζει επίσης την εσωτερική παιδεία της επιχείρησης και την επιθυμητή εξωτερική εικόνα της. Η στρατηγική της εξυπηρέτησης που θα ακολουθεί η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει να είναι έγγραφη και να γνωστοποιείται στους υπαλλήλους του ξενοδοχείου, έτσι ώστε να μην αμφισβητείται ο σκοπός τον οποίο προορίζεται να επιτύχει, και επιπλέον θα πρέπει να ταιριάζει με τη δομή της επιχείρησης για την αντιμετώπιση τυχόν αντιδράσεων των πελατών. (Λαλούμης Δημήτριος, 2002)

Σύμφωνα με τον Walker (1990), η στρατηγική μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης πρέπει να περιλαμβάνει:

- Προσέγγιση βασισμένη στις ανάγκες του πελάτη. Το ξενοδοχείο οφείλει να καθορίσει τις ανάγκες των πελατών του και όχι να τις αγνοεί στην περίπτωση που αυτές έχουν ήδη εκφραστεί από τον εκάστοτε πελάτη.
- Προσέγγιση βασισμένη στις δραστηριότητες των ανταγωνιστών. Το ξενοδοχείο θα πρέπει να γνωρίζει τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που παρέχονται από ανταγωνιστές τόσο τοπικά στην περιοχή όσο και γενικότερα στην χώρα, ώστε να αποκτήσει το πλεονέκτημα στην αναβάθμιση της ποιότητας μέσα από καινοτομίες και εναλλακτικές ιδέες στις παρεχόμενες υπηρεσίες. Είναι σημαντικό να υπάρχει επίγνωση στους λόγους που ένας επισκέπτης δεν επιλέγει τις υπηρεσίες μιας ξενοδοχειακής μονάδας αλλά προτιμάει αντίθετα κάποιο ανταγωνιστή.
- Το όραμα του μέλλοντος. Η διαφοροποίηση της ξενοδοχειακής επιχείρησης από τους ανταγωνιστές της δίνει την δυνατότητα στο ανθρώπινο δυναμικό που διαθέτει να έχει ένα όραμα για το μέλλον και τα μέσα με το οποίο μπορούν να το κατορθώσουν.

Συμπερασματικά, η διεύθυνση του ξενοδοχείου έχει με αυτό τον τρόπο πλήρη έλεγχο και ευθύνη για την δημιουργία κατάλληλων μέσων στο εργασιακό περιβάλλον που θα οδηγήσει στην επιτυχία. Αξιολογεί τον ρυθμό της εργασίας, την σημαντικότητα των εργασιών για κάθε τμήμα της μονάδας, καθορίζοντας το ύψος της ποιότητας και παρακινώντας το προσωπικό για την επίτευξη των παραπάνω. (Λαλούμης Δημήτριος, 2002)

### 4.3 Η έννοια της φιλοξενίας

Με την έννοια της φιλοξενίας στον ξενοδοχειακό τομέα ορίζουμε την ικανότητα που έχει μια ξενοδοχειακή επιχείρηση να προβλέπει και να ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών της. Η ικανοποίηση των συγκεκριμένων αναγκών μπορεί να αφορά υλικά αγαθά, όπως για παράδειγμα την διαμονή σε ένα άνετο δωμάτιο ή μπορεί και να αφορά άυλα στοιχεία, όπως για παράδειγμα, την ψυχική ικανοποίηση από τις παρεχόμενες υπηρεσίες του προσωπικού. Η ολική ποιότητα των παρεχόμενων αγαθών και υπηρεσιών αποτελεί ένα σύστημα διοίκησης επικεντρωμένο στους ανθρώπους, που έχει ως στόχο τη συνεχή αύξηση της ικανοποίησης του πελάτη με συνεχώς χαμηλότερο πραγματικό κόστος (Melisidou, Theocharis 2007: 529-538).

Πιο αναλυτικά, η τεχνική ποιότητα (technical quality) αναφέρεται στα τεχνικά χαρακτηριστικά των παρεχόμενων υπηρεσιών από το ξενοδοχείο και ειδικότερα:

- Στο ποιοτικό επίπεδο, όπως είναι η κατηγορία του ξενοδοχείου (5\*, 4\*, 3\* κ.λπ.),
- Στο εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών, π.χ. δωμάτιο με μεγάλο κρεβάτι κ.λπ.,
- Στην αισθητική των παρεχόμενων υπηρεσιών– για παράδειγμα, στην εσωτερική διακόσμηση του ξενοδοχείου, τη θέα των δωματίων κ.λπ.
- Σε κοινωνικούς παράγοντες, δηλαδή στο γόητρο και το κύρος που προσδίδουν οι υπηρεσίες στον πελάτη, όπως για παράδειγμα, η διανυκτέρευση σε ένα πολυτελές ξενοδοχείο αποτελεί για πολλούς πελάτες δείγμα γόητρου και αυξάνει το κύρος τους.

Όσον αφορά τη λειτουργική ποιότητα (interactive quality), αναφέρεται κυρίως στις σχέσεις μεταξύ πελατών και υπαλλήλων, ως προς την φιλικότητα και την εξυπηρέτηση προσωπικού προς τους πελάτες.

Η θεσμική ποιότητα (institutional quality) αφορά στο όνομα της ξενοδοχειακής επιχείρησης ή της μάρκας (brandname), το οποίο προσδίδει στις παρεχόμενες υπηρεσίες μεγαλύτερη σημασία.

Όπως επισημαίνουν οι V.A. Zeithaml, A. Parasuraman και L.L. Berry (1992), τα πιο ενδεδειγμένα κριτήρια για την αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι τα ακόλουθα:

- ❖ Άμεση πρόσβαση του πελάτη στις παρεχόμενες υπηρεσίες του ξενοδοχείου, χωρίς προβλήματα αναμονής και καθυστερήσεων.
- ❖ Άριστη επικοινωνία και εξυπηρέτηση ανάμεσα στους υπαλλήλους και τους πελάτες ακόμη και στην περίπτωση που μπορεί να πρέπει να επικοινωνήσουν σε διαφορετική γλώσσα.
- ❖ Επαγγελματική κατάρτιση και εκπαίδευση του προσωπικού
- ❖ Ευγένεια , καλοπροαίρετη διάθεση και προθυμία εξυπηρέτησης στο σύνολο των συνδιαλλαγών με τους πελάτες
- ❖ Υπευθυνότητα του ξενοδοχείου για διατήρηση των παρεχόμενων υπηρεσιών σε υψηλό επίπεδο
- ❖ Άμεση αντιμετώπιση πιθανών παραπόνων από τους πελάτες και ένδειξη κατανόησης
- ❖ Αίσθημα ασφάλειας σε κάθε χρήση υπηρεσίας στο ξενοδοχείο
- ❖ Τα μέσα πρόωθησης και προβολής του ξενοδοχείου οφείλουν να πληροφορούν και όχι να αποπροσανατολίζουν τον επισκέπτη αποκρύπτοντας τυχόν αρνητικά στοιχεία
- ❖ Κατανόηση και σεβασμός στις επιθυμίες των πελατών

Σύμφωνα με τους Becker και Wellins (1990: 49) οι ικανότητες τις οποίες πρέπει να διαθέτει το προσωπικό που έρχεται σε επαφή με τους πελάτες θα πρέπει να είναι οι παρακάτω:

- ❖ Δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τους πελάτες
- ❖ Ικανότητα εκπλήρωσης των καθηκόντων
- ❖ Ικανότητα στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την ικανοποίηση επιθυμιών των πελατών
- ❖ Ευελιξία, ενεργητικότητα, αξιοπιστία και περιποιημένο παρουσιαστικό
- ❖ Πρωτοβουλία και κριτική ικανότητα
- ❖ Προθυμία για την εξυπηρέτηση πελατών

- ❖ Πειθώ και ταλέντο πωλητή
- ❖ Σωματική και ψυχική αντοχή, υπομονή και επιμονή
- ❖ Ικανότητα να μπορεί να αναλύσει και να ψυχολογήσει τον πελάτη

Ορισμένες τεχνικές που αποδεικνύονται αποτελεσματικές σε πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, καταγράφονται ως εξής (Morrison 2001: 327-328):

- Διατήρηση τακτικής επικοινωνίας με το προσωπικό. Οι μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διαθέτουν ένα εσωτερικό ενημερωτικό δελτίο που αφορά την πολιτική της μονάδας.
- Συχνές επιβραβεύσεις των υπαλλήλων. Πολλά ξενοδοχεία διαθέτουν πρόγραμμα επιβράβευσης του καλύτερου υπαλλήλου του μήνα, προσδίδοντας κατ' αυτό τον τρόπο στους υπαλλήλους το αίσθημα ότι είναι σημαντικοί για την επιχείρηση και αυξάνοντας την απόδοση και την προθυμία τους να προσφέρουν.
- Καθορισμός στόχων και προτύπων απόδοσης για το προσωπικό.
- Ύπαρξη ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης. Η εξασφάλιση προοπτικών σταδιοδρομίας αποτελεί για τον κάθε εργαζόμενο ισχυρό κίνητρο για την αύξηση της αποτελεσματικότητάς του στην παραγωγή.
- Ανατροφοδότηση της πληροφόρησης του προσωπικού. Το προσωπικό πρέπει να ενημερώνεται για τις εξελίξεις στην επιχείρηση, καθώς επίσης και για τις ιδιαιτερότητες και τις προτιμήσεις των πελατών.

Σύμφωνα με τον Πρωτοπαπαδάκη (2003) από τους παραπάνω παράγοντες που καθορίζουν και περιγράφουν την έννοια της φιλοξενίας, προκύπτουν σημαντικά οφέλη και για τις ξενοδοχειακές μονάδες τα οποία είναι τα παρακάτω:

- Η διατήρηση του υπάρχοντος πελατολογίου. Ένας ικανοποιημένος πελάτης παραμένει πιστός στο ξενοδοχείο, αγνοώντας τις διάφορες ανταγωνιστικές προσφορές
- Η εξάλειψη του ανταγωνισμού τιμής. Το οποίο μεταφράζεται ότι αρκετοί πελάτες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ακριβότερα τη διαμονή τους στο ξενοδοχείο, στην περίπτωση που οι υπηρεσίες που τους παρέχονται είναι αντάξιες των προσδοκιών τους ή ακόμα καλύτερα ξεπερνούν τις προσδοκίες τους.

- Η διατήρηση του προσωπικού. Σε πολλές περιπτώσεις, η χαμηλή ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών αυξάνει τα ποσοστά απουσιών και τα ποσοστά αποχωρήσεων των εργαζομένων από την εργασία τους, και μειώνει σε μεγάλο βαθμό το ηθικό των υπαλλήλων.
- Η μείωση του κόστους. Σε κάθε περίπτωση οι αποτελεσματικοί έλεγχοι ποιότητας που διενεργούνται στην επιχείρηση, θα αποτρέψουν ελαττωματικά προϊόντα να φθάσουν στους πελάτες και έτσι θα εξοικονομηθούν κεφάλαια και προσπάθεια που θα απαιτούνταν για την ικανοποίηση των τυχόν δυσαρεστημένων πελατών.

Ως εκ τούτου από τα παραπάνω, μπορούμε να κατανοήσουμε ότι η ποιότητα επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την επίδοση της επιχείρησης και είναι απαραίτητη. Οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν επιπλέον σεμινάρια και ειδικά προγράμματα για την εκπαίδευση του προσωπικού. Η αποτελεσματική εφαρμογή της ποιότητας θα μπορούσε να αυξήσει τα κέρδη, παράλληλα τα κίνητρα των υπαλλήλων, καθώς και την αφοσίωση (loyalty) του πελάτη προς την ξενοδοχειακή μονάδα (Kandampully, Mok, Sparks 2001: 111-121)

#### **4.4 Οργάνωση ξενοδοχειακών μονάδων**

Η οργάνωση του ξενοδοχείου είναι η διαδικασία η οποία καθορίζει τον επίσημο ρόλο που κάθε εργαζόμενος θα έχει στην επιχείρηση, καθώς και τους κανόνες και τους όρους με τους οποίους θα πραγματοποιείται η κάθε δραστηριότητα, προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί. Πιο συγκεκριμένα, η οργάνωση του ξενοδοχείου αφορά τη δομή στο πλαίσιο της οποίας θα αναπτυχθούν οι λειτουργίες του ξενοδοχείου. Μέσα από την οργάνωση επιτυγχάνεται ο συντονισμός και η διαχείριση των λειτουργιών του, ανάλογα με τους πόρους που διαθέτει αλλά και το είδος, την ποσότητα και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (Κουτούζης 1999:71).

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις οργανώνονται σε τμήματα που το καθένα εκτελεί συγκεκριμένη λειτουργία. Τα τμήματα του ξενοδοχείου διαχωρίζονται σε αυτά που δημιουργούν έσοδα (το εστιατόριο, το μπαρ, κ.λπ.) που ονομάζονται τμήματα εκμετάλλευσης, και σε εκείνα που στηρίζουν τη λειτουργία των τμημάτων εκμετάλλευσης και ονομάζονται τμήματα υποστήριξης. Τα τμήματα υποστήριξης χωρίζονται σε εκείνα που μπορούν να διαθέσουν υπηρεσίες προς τους πελάτες, χωρίς όμως την εισφορά εσόδων (τμήμα υποδοχής, τμήμα ασφάλειας, τμήμα συντήρησης κ.λπ.) και σε εκείνα που είναι αναγκαία για να συνυπάρξει το ξενοδοχείο χωρίς προβλήματα (διεύθυνση, λογιστήριο κ.λπ.) (Jafari, & Fayos - Sola, 2006)

Πιο συγκεκριμένα οι υποκατηγορίες των τμημάτων είναι οι παρακάτω:

#### **Τμήματα εκμετάλλευσης:**

- Τμήμα υπνοδωματίων
- Τμήμα εστιατορίων
- Τμήμα εκδηλώσεων
- Τμήμα room service
- Τμήμα μπαρ

#### **Τμήματα υποστήριξης ως προς τους πελάτες:**

- Τμήμα κρατήσεων
- Τμήμα υποδοχής
- Τμήμα θυρωρείου
- Τμήμα δημόσιων σχέσεων
- Τμήμα άθλησης και ψυχαγωγίας
- Τμήμα ασφάλειας
- Τμήμα συντήρησης

### **Τμήματα υποστήριξης ως προς την επιχείρηση:**

- Διεύθυνση
- Λογιστήριο
- Προμηθειών
- Πωλήσεων και Μάρκετινγκ

Τα τμήματα αυτά παρουσιάζουν σχέσεις αλληλεξάρτησης και εξουσίας και η σωστή κατανομή ρόλων και εργασίας στο κάθε τμήμα αποτελεί τον συνδετικό κρίκο για την σωστή και ομαλή λειτουργία και οργάνωση της ξενοδοχειακής μονάδας. (Λαλούμης Δημήτρης Αθήνα 2002)

- Το τμήμα διεύθυνσης έχει την κύρια ευθύνη για τον συντονισμό των λειτουργιών της ξενοδοχειακής μονάδας και ελέγχου και καθοδήγησης των υπόλοιπων τμημάτων για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης (Γεωργόπουλος 2006: 39-41).
- Το τμήμα των προμηθειών ασχολείται με τον συνεχή ανεφοδιασμό των προϊόντων και αγαθών των ξενοδοχειακών μονάδων πριν ακόμα έρθει η επιχείρηση έρθει με άμεση επαφή με τον πελάτη και θα πρέπει να είναι σε ετοιμότητα και να καλύψει την οποιαδήποτε επιθυμία θα προκύψει καθώς επίσης να φανεί αντάξιο των προσδοκιών που έχει ο πελάτης μέσα από την διαφήμιση της μονάδας.
- Στο Τμήμα υποδοχής περιλαμβάνονται τα δωμάτια. Βασικά καθήκοντα του τμήματος είναι το τηλεφωνικό κέντρο, το θυρωρείο (τμήμα θυρωρείου) που είναι η πρώτη εικόνα του πελάτη με ευχάριστη υποδοχή και την άμεση προσέγγιση του με την επιχείρηση κατά την είσοδό του.
- Το επισιτιστικό τμήμα αναλαμβάνει τον έλεγχο των μαγειρειών, του μπαρ και των εστιατορίων. Το τμήμα αυτό παίζει τον ρόλο του συνδετικού κρίκου που ενώνει την προσδοκία του πελάτη και την ικανοποίηση με την πραγματικότητα των δυνατοτήτων της επιχείρησης.
- Το τμήμα συντήρησης και ασφάλειας είναι υπεύθυνο για την καθαριότητα των διαδρόμων και των κοινόχρηστων χώρων, την σωστή οργάνωση και την υγιεινή των δωματίων, τα οποία είναι απαραίτητα για την ευχάριστη διαμονή του πελάτη . Θα πρέπει να βρίσκεται σε ετοιμότητα για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών κατά την διάρκεια της ημέρας.



Οι ξενοδοχειακές μονάδες προκειμένου να ενισχύσουν την εικόνα τους θα πρέπει να δημιουργούν και να εξασφαλίζουν καινοτόμους τρόπους παροχής υπηρεσιών που θα προκαλούν ικανοποίηση στον πελάτη. Καθώς στις μέρες μας η τεχνολογία παίζει σημαντικό ρόλο στην ζωή των ανθρώπων η παροχή υπηρεσιών όπως ίντερνετ (Τμήμα ψυχαγωγίας) στα δωμάτια για προσωπική χρήση ή στην περίπτωση του επιχειρηματικού τουρισμού για επαγγελματική χρήση, βοηθάει τον επισκέπτη να πραγματοποιεί καλύτερη διαμονή, αφού του δίνει την δυνατότητα άνεσης και αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, ενισχύοντας έτσι θετικά την εικόνα της ξενοδοχειακής μονάδας . (Λαλούμης Δ. 2002)

- Στο τμήμα Τροφίμων και ποτών συμπεριλαμβάνονται το τμήμα του πρωινού ,το βασικό εστιατόριο, τμήμα Catering, το μπαρ του ξενοδοχειακού χώρου. Είναι σημαντικό για τις ξενοδοχειακές μονάδες το μενού να μπορεί να καλύψει τις προτιμήσεις όσο το δυνατόν περισσότερων ανθρώπων, αφού συχνά οι επισκέπτες της ξενοδοχειακής επιχείρησης, μπορεί να είναι μικρά παιδιά, χορτοφάγοι, ηλικιωμένοι, ίσως κάποιοι άνθρωποι να έχουν αλλεργία σε κάποιο συστατικό των τροφών. Έτσι η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει να λαμβάνει υπόψιν όλες τις παραμέτρους για την εξυπηρέτηση των πελατών, ενώ δεν θα πρέπει να παραλείπονται από το μενού εορταστικά φαγητά ανάλογα με την περίοδο επίσκεψης τα οποία θα πρέπει και να ανανεώνονται. (Λαλούμης Δ. 2002)

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει επιπλέον να παρέχει κάποια προνόμια σε παλαιότερους πελάτες (Τμήμα Δημόσιων σχέσεων) λόγω της αφοσίωσης που επιδεικνύουν, ανταμείβοντας τους, όπως για παράδειγμα επιλογή δωματίου διαμονής εφόσον είναι εφικτό, προσφορές καλύτερων τιμών, κάποια διαφημιστικά δώρα (καπέλα, μπλουζάκια κτλ.). Επιπλέον η διαφήμιση της επιχείρησης (Τμήμα πωλήσεων & Μάρκετινγκ) μπορεί να επιτευχθεί μέσα από τα διάφορα ενημερωτικά μέσα, όπως εφημερίδες, ενημερωτικά φυλλάδια, με κινητή διαφήμιση (λεωφορεία τραίνα). Τα παραπάνω διεγείρουν το υποσυνείδητο και παρακινεί το απευθυνόμενο κοινό να πραγματοποιήσει μελλοντικές εξορμήσεις στην χώρα που επιθυμεί, επιλέγοντας παράλληλα την κατάλληλη ξενοδοχειακή επιχείρηση που καλύπτει τις προδιαγραφές του. (Σ.Καραγιάννη, 1993)

Κατά συνέπεια, η οργάνωση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε τμήματα παίζει καθοριστικό ρόλο στην λειτουργία της μονάδας, αφού επιτυγχάνει να δημιουργούνται επιμέρους δραστηριότητες με συγκεκριμένο προσωπικό υπεύθυνο για αυτές, διατηρώντας έτσι καλύτερο έλεγχο της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αυτό σε συνδυασμό με τα παρεχόμενα προνόμια ανταμοιβής σε παλαιότερους πελάτες και νέο απευθυνόμενο κοινό που μπορεί να προκύψει μέσα από την διαφήμιση και την προβολή της μονάδας, μπορούν να δημιουργήσουν θετική εικόνα για την μονάδα, περισσότερους πελάτες και συχνότερες επισκέψεις. (Λαλούμης Δ. 2002)

#### **4.5 Ανάλυση SWOT για τον Νομό Ευρυτανίας**

Απαραίτητη προϋπόθεση για την κατάστροψη μιας στρατηγικής η οποία θα μπορούσε να επιφέρει σημαντικά οφέλη ανάπτυξης της ποιότητας των ξενοδοχειακών μονάδων και οικονομικής άνθισης στον νομό Ευρυτανίας και γενικότερα στην Ελληνική Επικράτεια είναι η ανάλυση και αξιολόγηση των Δυνατών σημείων (Strengths) που παρουσιάζει ο Νομός και η χώρα, των αδυναμιών (Weaknesses) που την χαρακτηρίζουν, καθώς και η αναγνώριση ενδεχόμενων ευκαιριών (Opportunities) ή απειλών (Threats) που μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνονται αποφάσεις στην ξενοδοχειακή μονάδα και να γίνουν οι απαραίτητες ρυθμίσεις για την ομαλότερη λειτουργία της. (Λαλούμης Δ. 2002)

Η καταγραφή όλων των συντελεστών εκείνων που θα μπορούσαν να αποτελούν Δυνατά σημεία μιας ξενοδοχειακής μονάδας, δεν είναι μια εύκολη διαδικασία. Ωστόσο, ο εντοπισμός τους θα μπορούσε μέσα από το κατάλληλο στρατηγικό πλαίσιο να βελτιώσει το προϊόν και τις υπηρεσίες που παρέχονται. Ως δυνατά σημεία του Νομού Ευρυτανίας είναι η γεωγραφική του θέση, ότι διαθέτει πανύψηλα βουνά, δροσερές πηγές, τεχνητή λίμνη των κρεμαστών, ποτάμια, χαρακτηρίζεται από καθαρότητα περιβάλλοντος και έχει ήλιο, ηπειρωτικό και υγιεινό κλίμα.

Στα δυνατά σημεία συγκαταλέγεται επίσης το ισχυρό νόμιμα της χώρας (ευρώ) το οποίο διευκολύνει τις διακοπές και τις μετακινήσεις των τουριστών, η ιστορία της χώρας (αρχαία μνημεία) καθώς επίσης και ότι ο Νομός μέσα από δραστηριότητες κοντά στην φύση αλλά και δραστηριότητες περιπέτειας μπορεί να ικανοποιήσει τις προτιμήσεις για κάθε γούστο επισκεπτών. ([www.evrvtanika.gr](http://www.evrvtanika.gr))

Τα αδύνατα σημεία είναι περισσότερο αποτέλεσμα κάποιων «πιστεύω» των καταναλωτών σε σχέση με το προϊόν ή τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει και εκείνα να προσδιοριστούν με ακρίβεια και να αξιολογηθούν, καθώς με αυτό τον τρόπο μπορούν να πραγματοποιηθούν συγκεκριμένες ενέργειες από την διοίκηση, οι οποίες θα μειώσουν το αρνητικό τους αντίκτυπο ή θα τα περιορίσουν στον δυνατότερο βαθμό. Στα αδύνατα σημεία για τον Νομό Ευρυτανίας ανήκουν τα οικονομικότερα πακέτα κάποιων ανταγωνιστών που όπως αναφέρθηκε θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από την διοίκηση, να υπάρχει ενημέρωση ώστε να ανανεωθεί η ποιότητα των υπηρεσιών.

Παρόλο που ο Νομός Ευρυτανίας έχει όλες εκείνες τις προϋποθέσεις για πραγματοποίηση ταξιδιών και τους χειμερινούς μήνες, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι η Ελλάδα είναι κυρίως συνδεμένη από τους τουρίστες ως μια χώρα που αξίζει κανείς να επισκεφτεί τους καλοκαιρινούς μήνες. Παράλληλα τα μνημόνια που χαρακτηρίζουν την χώρα αποτελούν παράγοντες που μπορούν να αναβάλουν ή να καθυστερήσουν πιθανά ταξίδια. ([www.evrvtanika.gr](http://www.evrvtanika.gr))

Οι ευκαιρίες μετριοούνται με βάση το μέγεθος των πλεονεκτημάτων που μπορούν να επιφέρουν είτε άμεσα είτε έμμεσα σε οικονομικό βαθμό με την αύξηση των μεγεθών των πωλήσεων ή την επέκταση του μεριδίου της τουριστικής αγοράς. Η επιτυχία βασίζεται στα δυνατά σημεία και στο κατά πόσο τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα καλύπτουν τις αναγκαίες απαιτήσεις των καταναλωτών. Στις ευκαιρίες για τον Νομό Ευρυτανίας και γενικότερα για την Ελλάδα μπορούμε να συμπεριλάβουμε την τουριστική ανάπτυξη που παρατηρείται τους

θερινούς μήνες, τις επενδυτικές ευκαιρίες για τον τουρισμό και την σωστή αξιοποίηση των επενδύσεων μέσα από πακέτα Ευρωπαϊκών επιχορηγήσεων καθώς η ρευστή κατάσταση που μπορεί να επικρατεί σε άλλες χώρες της Μεσογείου. ([www.enrvtanika.gr](http://www.enrvtanika.gr))

Οι απειλές αφορούν κατασταλτικούς παράγοντες και κινδύνους που μπορούν να αποτρέψουν ταξίδια ή να επιλεγθούν προορισμοί σε διαφορετικές χώρες.

Χαρακτηριστικό στοιχείο των παραθεριστικών ξενοδοχείων είναι ότι ποτέ δεν ασχολήθηκαν σοβαρά με το Μάρκετινγκ καθώς βασίζονταν περισσότερο σε σταθερή ροή πελατών που οφειλόταν σε φημισμένα μέρη της χώρας, στον ήλιο, στις παραλίες και στην ιστορία της Ελλάδας.

Απειλή για την επιλογή ταξιδιών στον Νομό Ευρυτανίας είναι η οικονομική κατάσταση της χώρας, το Προσφυγικό, το ρευστό πολιτικό καθεστώς, το νέο φορολογικό καθεστώς.

Τα παραπάνω θέματα χαρακτηρίζουν την χώρα μας τα τελευταία χρόνια και έχουν ως συνέπεια να επηρεάζεται η απόφαση για πραγματοποίηση ταξιδιών, η επιλογή ξενοδοχειακών μονάδων στην χώρα και κατ' επέκταση να εξαρτάται και η οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

<p><b>Δυνατά σημεία</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Γεωγραφικά χαρακτηριστικά (βουνά, τεχνητή λίμνη, ποτάμια, κλίμα)</li> <li>➤ Καθαρότητα Περιβάλλοντος</li> <li>➤ Ισχυρό Νόμισμα (Ευρώ)</li> </ul>	<p><b>Αδύνατα σημεία</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Μνημόνια</li> <li>➤ Οικονομικότερα πακέτα ανταγωνιστών</li> <li>➤ Λιγότερα ταξίδια τους χειμερινούς μήνες</li> </ul>
<p><b>Ευκαιρίες</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Επενδύσεις στον τουριστικό τομέα από επιχορηγήσεις</li> <li>➤ Ανάπτυξη τους θερινούς μήνες</li> <li>➤ Ρευστή κατάσταση σε άλλες χώρες της Μεσογείου</li> </ul>	<p><b>Απειλές</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Οικονομική κατάσταση χώρας και τα φορολογικά μέτρα</li> <li>➤ Προσφυγικό</li> <li>➤ Ρευστό Πολικό καθεστώς</li> </ul>

## 4.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Κατά την διάρκεια της συλλογής πληροφοριών για την διεξαγωγή της πτυχιακής μας εργασίας, είδαμε πόσο σημαντικός είναι ο Τουρισμός για τον Νομό της Ευρυτανίας καθώς βέβαια και για ολόκληρη την Ελλάδα.

Η Ευρυτανία είναι ένας μεγάλος νομός ο οποίος με την δύναμη της προσέλευσης των τουριστών που κατέχει μπορεί να συντελέσει έναν πολύ σημαντικό παράγοντα στην οικονομία της Χώρας. Με τις αρκετές και πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες που έχει στο δυναμικό της καθώς επίσης και των δραστηριοτήτων που προσφέρει κυρίως για χειμερινές αποδράσεις, για χαλάρωση ή και περιπέτεια, συμβάλλει δυναμικά στον επιχειρηματικό τομέα

Είδαμε ότι ο τουρισμός είναι ένα πολύ δυνατό «όπλο» που κατέχει η χώρα μας μέσα από όλους τους Νομούς της, ένα «όπλο» το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να επιφέρει πολλά κέρδη καθώς και μεγάλη προσέλευση.

Υπάρχουν κάποιες συγκεκριμένες και πολύ δυνατές στρατηγικές όπως αναφέραμε και στο τέταρτο κεφάλαιο, που αν χρησιμοποιηθούν καθολικά μπορούν να φέρουν χρυσά αποτελέσματα στον ξενοδοχειακό τομέα.

Ο ρόλος του ξενοδοχείου είναι να ικανοποιεί ειδικές ανάγκες της κοινωνίας. Οι κοινωνικές αλλαγές προκαλούν αλλαγές στη μορφολογία των ξενοδοχείων. Οι σύγχρονες προσεγγίσεις σχεδιασμού ξενοδοχείων, σε μεγάλο βαθμό, καθορίζονται από τις στρατηγικές του marketing. Σύμφωνα με τις νέες αντιλήψεις το ξενοδοχείο πρέπει να προσφέρει εμπειρίες, καθώς η απόκτησή τους έχει καταστεί πιο πολύτιμη από τον φετιχισμό της φίρμας και τη συσσώρευση υλικών αγαθών.

Είναι σαφές ότι είναι δύσκολο για στενά τεχνοκρατικά σκεπτόμενα άτομα να οραματιστούν ένα νέο κατάλυμα, διότι ο εγγενής κίνδυνος της αποτυχίας είναι μεγάλος. Η επιτυχής ανάπτυξη ενός καταλύματος προϋποθέτει πάθος. Για αυτό και συχνά αρχιτέκτονες και designers είναι developers, ιδιοκτήτες ή ακόμη και ιδιοκτήτες - διαχειριστές τέτοιων καταλυμάτων.

Καλώς ή κακώς ο καινοτόμος σχεδιασμός του συνόλου των εγκαταστάσεων σημαίνει ότι το κόστος ανά δωμάτιο θα είναι αυξημένο σε σχέση με τα συμβατικά καταλύματα. Θα μπορούσε να λεχθεί ότι το επίπεδο της καινοτομίας είναι ανάλογο της αρχικής επένδυσης.

Είναι πιο εύκολο για μεγάλες εταιρίες να χρηματοδοτήσουν καινοτόμες δράσεις. Συνήθως όμως δεν το πράττουν διότι κανείς δεν θέλει να αναλάβει την ευθύνη ενός project που μπορεί να καταλήξει σε οικονομική καταστροφή. Οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο δημιουργικοί παρόλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν στη χρηματοδότηση των σχεδίων τους.

Για αυτόν ακριβώς το λόγο καινοτόμες δράσεις λαμβάνουν χώρα κυρίως στα μικρής κλίμακας καταλύματα. Η διάθεση του επενδυτή παίζει επίσης πολύ μεγάλο ρόλο κατά την ανάπτυξη ενός τέτοιου καταλύματος

Η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας δε λείπει από τον ξενοδοχειακό κλάδο. Είναι ένα μέσο το οποίο οι ξενοδοχειακές μονάδες θα πρέπει να εφαρμόσουν ώστε να μπορούν να βαδίζουν παράλληλα με τις απαιτήσεις της εποχής. Μέσω εφαρμογών και λειτουργικών συστημάτων επιτυγχάνεται από πλευράς πελατών γρήγορη και άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με το ξενοδοχείο, κρατήσεις, διευκόλυνση δραστηριοτήτων της διαμονής τους. Από την άλλη πλευρά, εντός του ξενοδοχείου, επιτυγχάνεται η παρακολούθηση των δραστηριοτήτων και λειτουργιών της επιχείρησης και η χρήση μιας κοινής βάσης δεδομένων. Επιπλέον, η ύπαρξη blogs με τις γνώμες και εντυπώσεις πελατών βοηθά τους πιθανούς επισκέπτες να καταλήξουν στην καλύτερη για αυτούς επιλογή.

Ο Νομός Ευρυτανίας είναι ένας προορισμός που οι περισσότεροι προτιμούν γιατί εκτός από την «άγρια» ομορφιά που διαθέτει, έχει και το γνωστό σε όλους Καρπενήσι ένα αρκετά γραφικό χωριό και πρωτεύουσα του Νομού το οποίο διαθέτει το διάσημο Χιονοδρομικό Κέντρο του Βελουχίου το οποίο απέχει περίπου 300 χιλιόμετρα από Αθήνα και που οι περισσότεροι έχουν επισκεφτεί. Κατά την γνώμη μας είναι ένα ισχυρό πλεονέκτημα του Νομού κατά τους χειμερινούς μήνες. Σε όλο τον νομό Ευρυτανίας υπάρχουν ποικίλα χειμερινά αθλήματα όπως σκι στο Βελούχι ή στην Καλιακούδα, πεζοπορία στη Χελιδόνα, rafting στον Αχελώο, καγιάκ στη λίμνη των Κρεμαστών και mountain bike στην Καλιακούδα. Εκτός από τα χειμερινά αθλήματα, ο νομός έχει επίσης αμέτρητα αξιοθέατα, ενδιαφέροντα μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ιερά μοναστήρια και παλαιές εκκλησίες για τους λάτρεις της ιστορίας και όχι τόσο των αθλημάτων.

Γενικά ο Νομός προσεγγίζει όλων των ηλικιών τουρίστες τραβώντας όμως την προσοχή περισσότερο αυτών που τους ενδιαφέρουν τα sports και κυρίως τα χειμερινά. Δυστυχώς υστερεί από ότι είδαμε και από την ανάλυση τους καλοκαιρινούς μήνες και ίσως γι' αυτό τον

λόγο τα ξενοδοχεία θα πρέπει εκείνη την περίοδο να παρέχουν ειδικές προσφορές διαμονής για τους λάτρεις του βουνού. Κάποια από αυτά αν μπορούν και έχουν την δυνατότητα να αναβαθμιστούν, θα μπορούσαν να βάλουν σε λειτουργία και κάποια πισίνα.

Καλό θα ήταν γίνει και κάτι με τους δρόμους για την ευκολία των τουριστών ώστε να μπορούν να προσεγγίσουν και κυρίως στις στροφές του Τυμφρηστού που κάποια σημεία είναι επικίνδυνα και έχουν και ελάχιστο φωτισμό. Άλλο ένα μείον του Νομού είναι ότι εκτός από το γενικό Νοσοκομείο Καρπενησίου, όλα τα υπόλοιπα χωριά και πόλεις διαθέτουν μόνο κάποιο Γενικό Ιατρείο ή Ιατρικό Κέντρο. Με περίπου 21.000 πληθυσμό και 20 περίπου χωριά διαθέτει 6 ασθενοφόρα του ΕΚΑΒ από τα οποία τα τρία ήταν δωρεά από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος το 2018. Ίσως εκεί ο Νομός σε συνδυασμό με το Κράτος θα πρέπει να προβεί σε κάποιες ενέργειες για να εξασφαλίσει την ασφάλεια όχι μόνο των τουριστών αλλά και των κατοίκων του Νομού.

Ο Νομός της Ευρυτανίας είναι ένας Νομός με πολύ καλές προδιαγραφές, αρκετό κόσμο τον Χειμώνα, με το χιονοδρομικό του Βελουχίου να φτάνει έως και 90% πληρότητα τον περσινό Δεκέμβρη, με βάση τις πληροφορίες που αντλήσαμε από τα Χιονοδρομικά Νέα. Κατά την γνώμη μας αν βελτιωθεί το πρόβλημα με τον δρόμο για την ασφαλή μετακίνηση, αν τα ξενοδοχεία φτιάξουν οικονομικά προγράμματα για τους καλοκαιρινούς μήνες, η επισκεψιμότητα του Νομού θα αυξηθεί σημαντικά.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Svetoslav Danchev, Νίκος Παρατσιώκας, ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία (Σεπτέμβριος 2012)

Βαρβαρέσος Στέλλιος, (1997), «Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός

Βαρβαρέσος Σ., (2000), «Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές», Αθήνα, εκδόσεις Προπομπός

Βιογραφικό Ευρυτανίας Α.Ε., σελ. 1-3, έκδοση 2000

Διονυσοπούλου Π.,(2012)«Ευρωπαϊκή τουριστική πολιτική: η δυνατότητα διαμόρφωσης της στα πλαίσια της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση

ΕΛ.ΣΤΑΤ – Ελληνική Στατιστική Αρχή Γενική Γραμματεία - ΕΣΥΕ

Ηγουμενάκης Νίκος και άλλοι(2000), «Εισαγωγή στον τουρισμό», Αθήνα, εκδόσεις Interbooks

IOBE & ΣΕΤΕ, (2016), «Έρευνα οικονομικής συγκυρίας στις τουριστικές Επιχειρήσεις»

Καραγιάννη Στ., Ν. Καλογήρου, Λ. Λαμπριανίδης, “Η Αναγκαιότητα Τομών στη Νομοθεσία Κινήτρων Περιφερειακής Ανάπτυξης της Βιομηχανίας”, Πρακτικά Συνεδρίου Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης - Ι.Δ.Ε., σελ. 18, 1993.

Καρατάσιος Στ. Γεώργιος, «Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις, ίδρυση– οργάνωση–

διαχείριση– λογιστική– έλεγχος– οικονομία», 1981

Λαγός Δ., (2005), «Τουριστική Οικονομική», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική Λαλούμης

Δημήτριος “Hotel Management” , Εκδόσεις Σταμούλης, 2002

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας έτος 2016 Πρωτοπαπαδάκης Ι., Τουριστικό  
Μάρκετινγκ , 2003

Στατιστική Υπηρεσία Καρπενησιού

## ΞΕΝΕΣ ΠΗΓΕΣ

**Becker και Wellins (1990: 49)**"Customer-Service Perceptions and Reality"

Kandampully, C. *Mok* and B. *Sparks*. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure, 2001

Melisidou, N. Theocharis (2007)."Tourism Product and Service Development: Entrepreneurship and Service Quality"

V.A. Zeithaml, A. Parasuraman και L.L. Berry (1992),”Measuring Service Quality”

World Trade Organization, 2000

## ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Γεώργιος Δ. Ζωγράφος, Καινοτόμα Ξενοδοχειακά Καταλύματα: Η διαδικασία ανάπτυξης αυτών. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο: <http://library.tee.gr> (ανακτήθηκε 6/9/2018)

Glion Institute of Higher Education (2012), Innovation in the Hospitality Industry. Διαθέσιμο στον ιστότοπο : <http://asiancorrespondent.com> (ανακτήθηκε 15/11/2018)

<http://altertourism.gr/morfes-tourismou/lista-thematikou-morfou-tourismou-kai-drastiriotitwn> (δημοσιεύθηκε 2011- ανακτήθηκε 5/5/2018)

<https://vacayholics.com/types-of-tourism> (ανακτήθηκε 3/4/2018) [www.evrntanika.gr](http://www.evrntanika.gr) (ανακτήθηκε 27/5/2018) <http://www.oniropetra.gr/>(ανακτήθηκε 12/10/2018)

<http://www.lecadin.gr/el/index.html> (ανακτήθηκε 22/10/2018)

<http://www.businessdictionary.com> (ανακτήθηκε 15/04/2018) <http://www.epixeiro.gr> (ανακτήθηκε 8/05/2018) <http://www.innovation.ihgplc.com> (ανακτήθηκε 1/07/2018)

<http://www.weburbanist.com> (ανακτήθηκε 17/12/2018)

<https://xionodromika.gr> (ανακτήθηκε 3/4/2019)

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## 1.ΣΥΜΒΑΣΗ

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<sup>η</sup> 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 συναποδέχθηκαν 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 επιπλωμένων 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), μαίτρ, υπομαίτρ (ή κάπτιν), θυρωρός Α, νυχτοθυρωρός Α, μπουφетζής Α, προϊστάμενος υπονομαστίων και κοινοχρήστων χώρων και μάγειρας Α.

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

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

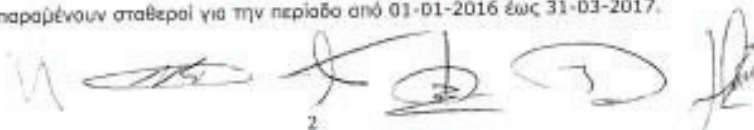
Κατηγορία Γ: Βοηθός σερβιτόρου, οροφικόμας (βαλές), θυρωρός υπηρεσίας, βοηθός θυρωρείου ή μπουφέ ή εστιατορίου ή μπαρ ή λινοθήκης, γκρουμ, ντόρμαν ή εξωτερικός θυρωρός, λινοθηκάριας, εφόσον δεν καλύπτονται από άλλη συλλογική σύμβαση ή διατητική απόφαση και μάγειρας Γ και καμαριέρης - α.

Κατηγορία Δ: Πλύντρια, σιδερώτρια, καθαρίστρια κοινοχρήστων χώρων, μαδίστρα, 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.



2

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.



Β. Ευνοϊκότεροι όροι αμειβής και εργασίας που προβλέπονται από ατομική σύμβαση, νόμους, διατάγματα, υπουργικές αποφάσεις, συλλαγικές 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 γενικής 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 ΕΠΙΣΤΙΤΙΣΜΟΥ  
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 δεκαεθνιά μέρες διάρκειας της εργασιακής σχέσης και

Β) για επίδομα εορτών Πάσχα ποσό ίσο με το 1/15 του μισού μηνιαίου μισθού ή ένα ημερομίσθιο, ανάλογα με το συμφωνημένο τρόπο αμοιβής, για κάθε ακτή 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 ναμίμων. 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 αδείας, 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 το λοιπό 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

### ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΕΟΤ)

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού αποτελεί Νομικό Πρόσωπο οσίου Λύκαιου υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης. Ο Ε.Ο.Τ. ιδρύθηκε το 1929 με τον Α.Ν. 1565/50 που κυρώθηκε με τον Ν. 1624/51 και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με τον ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004) ο Ε.Ο.Τ. διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες

Τουρισμού ( ΠΥΤ ) από 1.1.2005 . Η διάρθρωση των υπηρεσιών του ΕΟΤ και οι αρμοδιότητες της κάθε υπηρεσιακής μονάδας περιλαμβάνονται στο Π.Δ. 343/2001 (ΦΕΚ 231 Α).

Βασικές επιδιώξεις είναι οι παρακάτω:

- Η προσέλευση, η διαμονή και η παράταση της διαμονής των ξένων στην Ελλάδα.
- Η διοργάνωση εκθέσεων στην Ελλάδα, καθώς και η συμμετοχή της χώρας σε διεθνείς εκθέσεις, για την ανάπτυξη και διαφήμιση κάθε κλάδου της εθνικής παραγωγής.
- Η παροχή ευκολιών και κινήτρων για την κατασκευή και λειτουργία ξενοδοχείων κοντά σε αρχαιολογικούς τόπους, αξιοθέατα και ιαματικές πηγές.

Άλλοι φορείς εποπτευόμενοι από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης , ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004):

- Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (Ο.Τ.Ε.Κ.)

- Η Ανώνυμη Εταιρεία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» (Ε.Τ.Α. Α.Ε.), η οποία μετονομάζεται σε «Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης Α.Ε.» (Ε.Τ.Α. Α.Ε.)
- Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος.
- Τα Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ.) που εκ της υφιστάμενης νομοθεσίας εποπτεύονται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.
- Οι εταιρείες και κάθε είδους επιχειρήσεις, στις οποίες τα άνω νομικά πρόσωπα είναι αποκλειστικοί μέτοχοι ή μέτοχοι πλειοψηφίας.

(Βαρβαρέσος, 2000)

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

### Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)

Το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) είναι μη κερδοσκοπικό σωματείο, που ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 1996 με πρωτοβουλία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος και άλλων φορέων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού, και έχει ως κύριο σκοπό τη μελέτη του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα και σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες. Ειδικότερα στοχεύει στην:

- Εκπόνηση επιστημονικών μελετών που αφορούν στα προβλήματα της ελληνικής τουριστικής οικονομίας, αλλά και της οικονομίας γενικότερα και διατύπωση προτάσεων και λύσεων που θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη τόσο του τουριστικού τομέα, όσο και της ελληνικής οικονομίας.
- Παρακολούθηση των εθνικών και διεθνών οικονομικών εξελίξεων και εξέταση των πιθανών επιπτώσεων που έχουν στον τουριστικό τομέα.
- Εκπόνηση μελετών για τα διαρθρωτικά προβλήματα της οικονομίας (θεσμικά, τεχνικά, οικονομικά προβλήματα κ.τ.λ.)
- Εκπόνηση μελετών βιωσιμότητας για τουριστικές επιχειρήσεις.
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς κρατικούς φορείς που εμπλέκονται στον τουριστικό τομέα.
- Διοργάνωση προγραμμάτων μεταπτυχιακής έρευνας.
- Διοργάνωση διεθνών τουριστικών συνεδρίων.
- Αρωγή του έργου του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας. ([www.iter.gr](http://www.iter.gr))

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.**

### **Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (ΕΣΥΕ)**

Η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος είναι Γενική Γραμματεία του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών, διαρθρωμένη ως εξής: Κεντρική Υπηρεσία με δύο Γενικές Διευθύνσεις και δεκατέσσερις Διευθύνσεις. Η Γ.Γ. ΕΣΥΕ είναι ο επίσημος φορέας στατιστικής πληροφόρησης της Χώρας μας. Βασικός σκοπός και έργο της είναι:

- i η συγκέντρωση στατιστικών στοιχείων, τα οποία προκύπτουν είτε από ειδικές στατιστικές έρευνες ή απογραφές, είτε από διάφορες διοικητικές πηγές,
- ii η επεξεργασία των στοιχείων και
- iii η διάχυση της στατιστικής πληροφορίας προς τους κρατικούς και ιδιωτικούς φορείς και προς τους πολίτες

### **ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ Γ.Γ. ΕΣΥΕ**

Άτομα, νοικοκυριά, επιχειρήσεις, δημόσιες και ιδιωτικές, όλων σχεδόν των κλάδων δραστηριότητας (γεωργικές, βιομηχανικές, εμπορικές, παροχής υπηρεσιών), κρατικές υπηρεσίες, τοπική αυτοδιοίκηση, οργανισμοί κοινής ωφέλειας, εκπαιδευτικά ιδρύματα, νοσοκομεία, οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης κλπ. αποτελούν τις πηγές των στοιχείων που συγκεντρώνει η Γ.Γ. ΕΣΥΕ, με τα οποία στη συνέχεια, ύστερα από κατάλληλη επεξεργασία, καταρτίζονται πίνακες.

## **ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΟΥ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΝΟΝΤΑΙ**

Οι στατιστικές που καταρτίζει η Γ.Γ. ΕΣΥΕ – μηνιαίες, τριμηνιαίες, ετήσιες, ανά 5ετία και ανά 10ετία – καλύπτουν όλους σχεδόν τους τομείς δραστηριότητας. Πληθυσμιακά στοιχεία (πληθυσμός κατά διάφορες διακρίσεις, φυσική κίνηση πληθυσμού: γάμοι – γεννήσεις – θάνατοι), στοιχεία απασχόλησης και ανεργίας, στοιχεία που αφορούν στην υγεία και στην κοινωνική ασφάλιση, την παιδεία, τη δικαιοσύνη, την παραγωγική διαδικασία, τα δημόσια οικονομικά, τις τιμές, το εθνικό εισόδημα και τις πολιτιστικές δραστηριότητες, συνιστούν το βασικό υλικό από το οποίο προκύπτουν οι στατιστικοί πίνακες και οι διάφοροι δείκτες, που καταρτίζει η Γ.Γ. ΕΣΥΕ, σε βραχυχρόνια και μακροχρόνια βάση.

## **Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ Γ.Γ. ΕΣΥΕ**

Βασικός χρήστης των στατιστικών στοιχείων της είναι το Κράτος, το οποίο, με βάση αυτά, σχεδιάζει, υλοποιεί και παρακολουθεί τις πολιτικές του σε διάφορους τομείς. Ακολουθούν η Ευρωπαϊκή Ένωση, που χρειάζεται τα στοιχεία των κρατών μελών της για να συνθέσει τις ευρωπαϊκές στατιστικές, οι διεθνείς οργανισμοί (ΟΗΕ, UNESCO, FAO, ILO, ΟΟΣΑ κλπ.), ο επιχειρηματικός κόσμος, οι επιστήμονες, μελετητές και αναλυτές, αλλά και οι απλοί πολίτες. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας)