

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας



**Μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση
Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και
Ηγεσία**

Σχολή Οικονομικών Επιστημών

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**Πηγές χρηματοδότησης στις ξενοδοχειακές
επιχειρήσεις και η συμβολή του ανθρώπινου
δυναμικού στην υλοποίηση του επενδυτικού
σχεδίου**

Τζένη Παπαδοπούλου Α.Μ.: 165

**(υποβλήθηκε στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας –
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας)**

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας

**Μεταπτυχιακό πρόγραμμα Διοίκηση
Ανθρώπινου Δυναμικού, Επικοινωνία και
Ηγεσία**

Σχολή Οικονομικών Επιστημών

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**Πηγές χρηματοδότησης στις ξενοδοχειακές
επιχειρήσεις και η συμβολή του ανθρώπινου
δυναμικού στην υλοποίηση του επενδυτικού
σχεδίου**

Τζένη Παπαδοπούλου Α.Μ.: 165

Επιβλέπων Καθηγητής:

Σπινθηρόπουλος Κωνσταντίνος

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή :

Σπινθηρόπουλος Κωνσταντίνος

Αντωνιάδης Ιωάννης

Πανυτσίδης Κωνσταντίνος

«ΔΗΛΩΣΗ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ»

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, δηλώνω ενυπογράφως ότι είμαι αποκλειστικός συγγραφέας της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή. Έχω αναφέρει πλήρως και με σαφείς αναφορές, όλες τις πηγές χρήσης δεδομένων, απόψεων, θέσεων και προτάσεων, ιδεών και λεκτικών αναφορών, είτε κατά κυριολεξία είτε βάσει επιστημονικής παράφρασης. Αναλαμβάνω την προσωπική και ατομική ευθύνη ότι σε περίπτωση αποτυχίας στην υλοποίηση των ανωτέρω δηλωθέντων στοιχείων, είμαι υπόλογος έναντι λογοκλοπής, γεγονός που σημαίνει αποτυχία στην Διπλωματική Εργασία μου και κατά συνέπεια αποτυχία απόκτησης του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, πέραν των λοιπών συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων. Δηλώνω, συνεπώς, ότι αυτή η εργασία μου προετοιμάστηκε και ολοκληρώθηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ότι, αναλαμβάνω πλήρως όλες τις συνέπειες του νόμου στην περίπτωση κατά την οποία αποδειχθεί, διαχρονικά, ότι η εργασία αυτή ή τμήμα της δεν μου ανήκει διότι είναι προϊόν λογοκλοπής άλλης πνευματικής ιδιοκτησίας.

ΤΖΕΝΗ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

Υπογραφή: Τζένη Παπαδοπούλου

Ημερομηνία: 10/09/2023

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	13
1.1 Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα	13
1.2. Ο ελληνικός τουρισμός στην περίοδο των κρίσεων	14
1.3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	19
1.4. Το ξενοδοχειακό προϊόν.....	23
1.5. Χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου.....	24
1.6. Η εξέλιξη του ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	27
2.1 Το τουριστικό προϊόν	27
2.2. Η τουριστική επιχείρηση.....	28
2.3. Ο ξενοδοχειακός κλάδος	29
2.4. Ανάπτυξη τουριστικών περιοχών.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	33
3.1. Ορισμοί.....	33
3.2. Οι στόχοι της ξενοδοχειακής επιχείρησης.....	34
3.3. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις	34
3.4. S.W.O.T Ανάλυση.....	35
3.5. Προϋποθέσεις εισόδου στον κλάδο	39
3.6. Χρηματοδότηση	40
3.7. Είδη χρηματοδοτικών αποφάσεων	40
3.8. Εσωτερικές πηγές χρηματοδότησης.....	42
3.9. Εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ.....	44
4.1. Το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα.....	44
4.2. Είδη χρηματοδοτικών πιστωτικών μέσων	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΛΟΙΠΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	48
5.1. ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ-VENTURE CAPITAL.....	48
5.2. ΕΤΕΑΝ	48
5.3. Ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά μέσα	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	51
6.1. Ανθρώπινο κεφάλαιο και ανάπτυξη της επιχείρησης.....	51
6.2. Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων	52
6.3. Διαδικασία Προγραμματισμού Ανθρώπινων Πόρων.....	53
6.4. Διοίκηση ολικής ποιότητας	54
6.5. Συστήματα αμοιβών.....	55
6.6. Χρηματοδότηση ανθρώπινου δυναμικού	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
Βιβλιογραφία - Ιστογραφία	62

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Μετά την κρίση του 2008 και καθώς η εθνική οικονομία δεν επανήλθε ποτέ στην ευρωστία και τον δυναμισμό του προηγούμενου καιρού το σοβαρότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι η χρηματοδότησή τους. Πρόκειται για ένα ιδιαίτερα οξύ πρόβλημα αν αναλογιστεί κανείς ότι χωρίς την εύρεση των απαιτούμενων κεφαλαίων ένας επιχειρηματίας αδυνατεί να επεκτείνει την επαγγελματική του στέγη, να ανανεώσει τον πάγιο εξοπλισμό του και σε κάθε περίπτωση να αναπτύξει την επιχείρησή του.

Ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τον ξενοδοχειακό κλάδο το πρόβλημα της χρηματοδότησης παρουσιάζεται εντονότατο καθώς πρόκειται για έναν τομέα που έχει πληγεί τόσο λόγω του δυσμενούς εσωτερικού οικονομικού κλίματος όσο και λόγω των διεθνών πολιτικοοικονομικών εξελίξεων.

Δεδομένου ωστόσο ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας θα πρέπει να ληφθεί μέριμνα και να χρησιμοποιηθεί κάθε δυνατή επιλογή για την προώθηση των επιχειρήσεων του. Οι ξενοδοχειακές μονάδες συνιστούν έναν βασικό πυλώνα του τουριστικού κλάδου και με αυτές θα ασχοληθεί η παρούσα εργασία. Στόχος της είναι η καταγραφή και παρουσίαση των μεθόδων χρηματοδότησης στις οποίες μπορεί να ανατρέξει ο επιχειρηματίας προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες του, να τονώσει και να εξελίξει την επιχείρησή του.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός, Τουριστικές επιχειρήσεις, Ξενοδοχειακές επενδύσεις, Πηγές χρηματοδότησης

ABSTRACT

After the crisis of 2008 and as the national economy never returned to the robustness and dynamism of the previous time, the most serious problem faced by businesses is their financing. This is a particularly acute problem if one considers that without finding the required funds an entrepreneur is unable to expand his business premises, renew his fixed equipment and in any case develop his business.

Particularly with regard to the hotel industry, the financing problem is acute as it is a sector that has been affected both by the unfavorable domestic economic climate and by international political and economic developments.

However, given that tourism is an important part of the Greek economy, care should be taken and every possible option used to promote its businesses. Hotel units are a key pillar of the tourism industry and this paper will deal with them. Its aim is to record and present the financing methods that the entrepreneur can refer to in order to meet his needs, to stimulate and develop his business.

KEYWORDS

Tourism, Tourist enterprises, Hotel investments, Sources of financing

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί η εξέλιξη του ξενοδοχειακού κλάδου, οι δυνατότητες χρηματοδότησής του και η συμβολή του ανθρώπινου δυναμικού στην ανάπτυξή του. Το συγκεκριμένο θέμα επιλέχθηκε αρχικά λόγω της ιδιαίτερης θέσης που κατέχει ο τουριστικός τομέας στην ελληνική οικονομία και της σημαντικής συμβολής του στο ελληνικό ΑΕΠ.

Παραπέρα, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συνιστούν τον βασικό πυλώνα του τουριστικού κλάδου δεδομένου ότι η διαμονή αποτελεί το πρώτο βήμα στο σχεδιασμό κάθε μετακίνησης. Επιπλέον, γύρω από τα ξενοδοχεία αναπτύσσονται και δραστηριοποιούνται πολλές άλλες τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες αντλούν πελατεία από αυτά και συνολικά διαμορφώνουν έναν τουριστικό προορισμό.

Ένας άλλος λόγος για τον οποίο έχει ιδιαίτερη σημασία αυτός ο τομέας είναι ότι τα χρήματα που προέρχονται από τον τουρισμό εισρέουν κατευθείαν στην πραγματική οικονομία καθώς μεταφέρονται από τους ξενοδόχους στους εργαζόμενους και από τους επιχειρηματίες της εστίασης στους αγρότες, τους μεταφορείς τους ιδιοκτήτες καταστημάτων. Πρόκειται για μία ροή κάθετη και άμεση χωρίς την παρεμβολή μεσαζόντων και δίχως καθυστερήσεις.

Εξίσου σημαντικό είναι και το γεγονός ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται σε τοποθεσίες πέρα από τις δύο μεγάλες πόλεις της χώρας ενισχύοντας έτσι την περιφερειακή ανάπτυξη και τονώνοντας την οικονομία απομακρυσμένων περιοχών. Τόσο σε μικρά νησιά όσο και σε ορεινές περιοχές εισρέουν κεφάλαια, αναπτύσσονται επιχειρήσεις, απασχολούνται τα μέλη των τοπικών κοινωνιών και αυξάνεται το εισόδημα.

Γίνεται αντιληπτό ότι είναι πολύ ισχυρή η επίδραση του τουρισμού στην εγχώρια οικονομία ενώ φαίνεται πως έχει προοπτικές για ακόμη μεγαλύτερη επέκταση. Η δυναμικότητά του έγινε ξεκάθαρη στην διάρκεια των δύο παγκόσμιων κρίσεων, τόσο της οικονομικής κρίσης του 2007 όσο και της πρόσφατης υγειονομικής κρίσης του κορωνοϊού. Παρά την ύφεση της οικονομικής δραστηριότητας που σημειώθηκε σε αυτές τις περιόδους οι τουριστικές και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επιβίωσαν και σύντομα ανέκτησαν το μεγαλύτερο μέρος της παλιάς τους κερδοφορίας.

Ωστόσο, οι κρίσεις προκάλεσαν προβλήματα άγνωστα μέχρι τότε στον κλάδο με σοβαρότερο την έλλειψη προσωπικού. Αυτό συνέβη καθώς τα χρόνια που ο τουρισμός γνώριζε ύφεση μεγάλο μέρος των απασχολούμενων σε αυτόν έμειναν άνεργοι με αποτέλεσμα να στραφούν σε άλλα επαγγέλματα όπου και παρέμειναν μετά την ανάκαμψη του κλάδου.

Επίσης, η περίοδος της οικονομικής κρίσης οδήγησε στο φαινόμενο του μαζικού τουρισμού χαμηλού κόστους. Έτσι, χαμηλού κόστους υποδομές στόχευαν στην προσέλκυση τουριστών με χαμηλό προϋπολογισμό αλλά η τάση αυτή οδηγεί στην υποβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών, σε μειωμένα έσοδα και τελικά σε παρακμή του τουριστικού προϊόντος.

Σε αυτήν την κατεύθυνση, η έρευνα που ακολουθεί θα επιχειρήσει να αναδείξει τα ζητήματα που έχουν ανακύψει τα τελευταία 15 χρόνια – το διάστημα δηλαδή αμέσως πριν την έναρξη της οικονομικής κρίσης έως σήμερα- και συνδέονται με την εξέλιξη της τουριστικής βιομηχανίας ιδιαίτερα με το ζήτημα της χρηματοδότησής της.

Στις σελίδες που ακολουθούν θα προσπαθήσουμε να διερευνήσουμε ζητήματα που συνδέονται με την ύπαρξη ή όχι χρηματοδοτικών δυνατοτήτων και ευκαιριών καθώς επίσης και με τις βέλτιστες πρακτικές που μπορούν να επιστρατευτούν στην εύρεση και διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού στον ξενοδοχειακό κλάδο.

Ειδικότερα θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- α) Πως επηρέασαν οι δύο παγκόσμιες κρίσεις τον τουρισμό και τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα;
- β) Ποια είναι τα χρηματοδοτικά μέσα στα οποία μπορεί να στραφεί μια ξενοδοχειακή επιχείρηση για την ίδρυση και επέκτασή της;
- γ) Πως μπορεί ένα ξενοδοχείο να οργανώσει το ανθρώπινο δυναμικό του, τις αμοιβές του και τα ζητήματα της χρηματοδότησης αυτών;

Η παρούσα εργασία διερευνά και αναλύει τα παραπάνω ζητήματα σε έξι κεφάλαια τα οποία διαρθρώνονται ως εξής:

Στο πρώτο κεφάλαιο στο οποίο γίνεται μια περιγραφή των χαρακτηριστικών του ελληνικού τουρισμού έτσι ώστε να γίνει απόλυτα κατανοητό το φαινόμενο της τουριστικής κίνησης στη χώρα προκειμένου να αναλυθούν στη συνέχεια με επιτυχία τα προβλήματα που την ακολουθούν.

Ακολουθεί μια επισκόπηση της εγχώριας τουριστικής δραστηριότητας στο διάστημα αμέσως πριν από την παγκόσμια οικονομική κρίση έως σήμερα έτσι ώστε να γίνει αντιληπτό πώς αυτή επηρεάζεται στα πλαίσια διαφορετικών διαταραχών και πώς επανέρχεται στην ομαλότητα .

Κατόπιν περιγράφονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και μελετάται ο ρόλος τους και οι δυνατότητες εξέλιξή τους στο εθνικό πλαίσιο.

Στη συνέχεια αναλύεται το ξενοδοχειακό προϊόν και περιγράφονται τα χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου προκειμένου να εντοπιστούν τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες του.

Τέλος, μελετάται η εξέλιξη του κλάδου στη χώρα έτσι ώστε να αποτυπωθεί το μέγεθος της δυναμικότητάς του και να προσδιοριστούν οι προοπτικές του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο που αφορά τον ρόλο του ξενοδοχειακού κλάδου και του τουρισμού στην ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων δίνονται καταρχάς οι ορισμοί του τουριστικού προϊόντος και της τουριστική επιχείρησης έτσι ώστε να γίνει ξεκάθαρο τι ακριβώς αποτελούν και συνεπώς πως αλληλεπιδρούν αλλά και από ποιους παράγοντες μπορούν να επηρεαστούν.

Στη συνέχεια διερευνάται ο ξενοδοχειακός κλάδος και η συμβολή του στην ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών και επιχειρήσεων.

Το τρίτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στην τουριστική – ξενοδοχειακή επιχείρηση. Περιγράφονται τα είδη των ξενοδοχείων και οι λειτουργίες που υποστηρίζει το κάθε ένα από αυτά.

Ακολουθεί μια S.W.O.T ανάλυση στην προσπάθεια διαμόρφωσης μια στρατηγικής επισκόπησης του κλάδου που θα δίνει στην διοίκηση την δυνατότητα καλύτερης διαχείρισης δεδομένου ότι θα έχει γνώση των βασικότερων πλεονεκτημάτων, των προβλημάτων, των ευκαιριών αλλά και των απειλών που συνοδεύουν τον κλάδο.

Μετά από όσα προηγήθηκαν θεωρήθηκε σκόπιμο να διερευνηθούν και οι προϋποθέσεις εισόδου στον κλάδο έτσι ώστε να είναι ακόμη πιο ακριβής η περιγραφή του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο θα αναπτυχθεί η ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Παράλληλα, αναλύεται το ζήτημα της χρηματοδότησης δεδομένου ότι αποτελεί τη βάση της λειτουργίας κάθε επιχείρησης και επομένως και της ξενοδοχειακής. Γίνεται μια εκτεταμένη ανάλυση των χρηματοδοτικών αποφάσεων που καλείται να πάρει μια επιχείρηση και διερευνώνται οι δυνατές πηγές χρηματοδότησης τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον της.

Στη συνέχεια, στο τέταρτο κεφάλαιο μετά από μια επισκόπηση του ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος διερευνώνται τα κυριότερα τραπεζικά εργαλεία χρηματοδότησης.

Αντίστοιχα στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα υπόλοιπα χρηματοδοτικά μέσα στα οποία μπορεί να στραφεί η ξενοδοχειακή επιχείρηση και προέρχονται από εθνικούς, περιφερειακού και ευρωπαϊκούς πόρους.

Στο έκτο κεφάλαιο μελετούμε τον ρόλο του ανθρώπινου δυναμικού στον ξενοδοχειακό κλάδο δεδομένου ότι το ανθρώπινο κεφάλαιο αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα εξέλιξης μιας επιχείρησης. Αναλύουμε τον προγραμματισμό ανθρώπινων πόρων και περιγράφουμε τη διαδικασία του.

Συμπληρωματικά ακολουθεί μια ανάλυση για το πως μια ελληνική ξενοδοχειακή επιχείρηση μπορεί να εφαρμόσει τις αρχές και τα εργαλεία της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας με στόχο την παραπέρα εξέλιξη και καθιέρωσή της στον κλάδο.

Τέλος, με δεδομένη την δύσκολη οικονομική συγκυρία καθώς η οικονομία δεν έχει αποκατασταθεί εντελώς μετά την υγειονομική κρίση που βίωσε ερευνούμε τις δυνατότητες χρηματοδότησης της εργασίας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο παραθέτουμε τα συμπεράσματα της έρευνας που αφορούν τα ζητήματα που θέτουν η οικονομία και ο ανταγωνισμός στην ανάπτυξη του τουρισμού και του ξενοδοχειακού κλάδου και προτείνουμε τρόπους διαχείρισης. Η μεθοδολογία που επιλέξαμε να ακολουθήσουμε είναι η βιβλιογραφική και η διαδικτυακή έρευνα. Αρχικά το θεωρητικό πλαίσιο θα στηριχθεί σε μελέτες σχετικές με το τουριστικό φαινόμενο και την ξενοδοχειακή επιχείρηση, την εξέλιξή τους και τον ρόλο του ανθρώπινου δυναμικού σε αυτήν. Στη συνέχεια, το τμήμα της εργασίας που ασχολείται με την χρηματοδότηση του κλάδου και τον τρόπο που επηρεάζει την εξέλιξή του θα αναζητηθούν σε διαδικτυακές πηγές, ιστοσελίδες οργανισμών, άρθρα εφημερίδων, νομοθεσία και εκθέσεις οργανισμών.

Ειδικότερα, ένα μέρος της έρευνας θα βασιστεί στη μελέτη της νομοθεσίας που ισχύει σήμερα αναφορικά με τον προσδιορισμό των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και το πλαίσιο λειτουργίας τους. Θεωρούμε ότι η μελέτη του υπάρχοντος νομικού πλαισίου εξυπηρετεί την έρευνά μας δεδομένου ότι αποτελεί την εγκυρότερη πηγή από την οποία μπορούμε να αντλήσουμε πληροφόρηση αναφορικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που συνοδεύουν τον κλάδο. Με τα δεδομένα που θα συλλέξουμε μπορούμε να επιχειρήσουμε μια S.W.O.T ανάλυση που θα μας επιτρέψει να έχουμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα για το περιβάλλον της επιχείρησης, τις δυνατότητές του, τις απαιτήσεις του και τα μείζονα προβλήματά του έτσι ώστε να μπορεί να προταθεί ένας καλύτερος τρόπος διαχείρισης.

Σε ό,τι αφορά την ανάλυση της οικονομικής δραστηριότητας των τουριστικών – ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, αυτή θα στηριχθεί σε στοιχεία που θα αντληθούν από την μελέτη των ετήσιων εκθέσεων του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος την τελευταία δεκαπενταετία. Ο λόγος που επιλέγουμε αυτή την πηγή είναι ότι

καταγράφει την τρέχουσα εικόνα της οικονομίας με ακριβή και επίκαιρα δεδομένα και περιέχει εκτενείς περιγραφές της κατάστασης της εθνικής οικονομίας.

Αντίστοιχα, επιλέγουμε το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα γιατί καλύπτει την οικονομική δραστηριότητα του κλάδου στο διάστημα εντός και εκτός του πλαισίου δύο μεγάλων κρίσεων, μίας οικονομικής και μίας υγειονομικής και αυτό θα μας επιτρέψει να βγάλουμε αξιόπιστα συμπεράσματα για την δυναμικότητα και την ευρωστία του.

Επιπλέον, η έρευνα θα συμπεριλάβει τους επίσημους διαδικτυακούς τόπους του Υπουργείου τουρισμού και του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων καθώς από εκεί μπορούμε να αντλήσουμε έγκυρα στοιχεία για την εθνική τουριστική πολιτική για την δυναμικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου και το μέγεθος του ανθρώπινου δυναμικού του.

Τέλος θα ανατρέξουμε στην ηλεκτρονική αρθρογραφία των τελευταίων ετών σχετικά με την ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου και του ξενοδοχειακού κλάδου ώστε να δούμε πώς αποτυπώνεται δημοσιογραφικά η εξέλιξή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1.1 Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού στην Ελλάδα

Ο τουρισμός υπήρξε ανέκαθεν ένα σημαντικό κεφάλαιο της ελληνικής οικονομίας και συνέβαλε ουσιαστικά στην διαμόρφωση του ελληνικού ΑΕΠ. Αυτή ήταν μια αναμενόμενη εξέλιξη καθώς τόσο η μορφολογία της χώρας με την μεγάλη ακτογραμμή και τα πολυάριθμα νησιά όσο και η πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά καθιστούν την Ελλάδα σημαντικό πόλο έλξης για τον παγκόσμιο τουρισμό.

Διαχρονικά η τουριστική ανάπτυξη στη χώρα δείχνει να παρουσιάζει ανοδική πορεία με εξαίρεση τις περιόδους των οικονομικών υφέσεων στις χώρες του ΟΟΣΑ όπου φαίνεται πως οι ροές ξένων τουριστών στην Ελλάδα περιορίζονται αισθητά. Ωστόσο η τουριστική επιβράδυνση σε τέτοιες περιόδους φαίνεται πως αποτυπώνεται εντονότερα στην Αττική και την Αθήνα παρά στα νησιά.

Έτσι, για παράδειγμα την περίοδο από το 1991 έως το 2007 που η παγκόσμια οικονομία εμφάνιζε ρυθμούς ανάπτυξης κάτω του 2%, η Αθήνα σημείωνε μια διαρκή τουριστική ύφεση ενώ δε συνέβαινε το ίδιο με τους τουριστικούς προορισμούς του Αιγαίου και της Κρήτης (Eurobank, 2009).

Αυτό είναι παράλληλα απόρροια του γεγονότος ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ως επί το πλείστον εποχικός. Το μεγαλύτερο δηλαδή ποσοστό των αφίξεων - διανυκτερεύσεων αφορά παραθαλάσσιους προορισμούς και σημειώνεται κατά τους μήνες Ιούνιο-Οκτώβριο.

Η εποχικότητα επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τους κλιματολογικούς παράγοντες και στην Ελλάδα η μεγάλη περίοδος ηλιοφάνειας και καλών καιρικών συνθηκών ευνοεί την ανάπτυξη του τουρισμού κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών και των πρώτων φθινοπωρινών μηνών.

Επιπλέον υπάρχει και ανισοκατανομή των τουριστικών ροών στους χαρακτηριζόμενους προορισμούς διακοπών. Έτσι, κάποια νησιά όπως η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, η Κρήτη και η Κέρκυρα συγκεντρώνουν την μεγάλη πλειοψηφία των επισκεπτών.

Από την άλλη πλευρά, η Αθήνα αρχικά και η Θεσσαλονίκη και άλλες μεγάλες πόλεις δευτερευόντως δεν επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την εποχικότητα καθώς πέρα από τουριστικοί προορισμοί που προσφέρουν την δυνατότητα επισκέψεων σε

αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία έχουν συνδεθεί και με άλλα είδη τουρισμού. Έτσι, είναι χαρακτηριστικό ότι τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται συνεχώς ο συνεδριακός, ο αθλητικός και ο ιατρικός τουρισμός.

Ωστόσο σε συνθήκες γενικευμένης κρίσης οι ροές των επισκεπτών μειώνονται και συχνά οι συνέπειες για τον κλάδο είναι εξαιρετικά δυσάρεστες όπως συνέβη για παράδειγμα τόσο στην διάρκεια της οικονομικής κρίσης όσο και κατά την υγειονομική κρίση του κορωνοϊού.

1.2. Ο ελληνικός τουρισμός στην περίοδο των κρίσεων

Η οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2007 επηρέασε συνολικά την παγκόσμια οικονομία. Στην Ελλάδα οι συνέπειες της άρχισαν να γίνονται ορατές ήδη από το τελευταίο τρίμηνο του 2007 όταν η οικονομική δραστηριότητα εμφάνισε επιβράδυνση και οδηγήθηκε σε περαιτέρω υποχώρηση το 2008 οπότε και επεκτάθηκε σε όλους τους τομείς της οικονομίας.

Ειδικότερα, το 2008 ο μέσος ρυθμός ανόδου του ΑΕΠ σημείωσε υποχώρηση από το 4% όπου κινούνταν το 2007 στο 2,9%⁹ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2009).

Παραπέρα, σε ό,τι αφορά τις σχετικές με τις μεταφορές δραστηριότητες και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία ο κύκλος εργασιών αυτή τη χρονιά μειώθηκε κατά 16,5% (Τράπεζα της Ελλάδος, 2009).

Αντίστοιχα το 2009 ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ υπήρξε αρνητικός στη διάρκεια όλης της χρονιάς εμφανίζοντας ετήσιο μέσο όρο -2,5%. Έντονη κάμψη σε ποσοστό 4,5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά σημείωσαν οι σχετικές με ξενοδοχεία και εστιατόρια οικονομικές δραστηριότητες. Σημαντική υποχώρηση σημειώθηκε επίσης σε όλες τις συναφείς με τον τουρισμό δραστηριότητες (Τράπεζα της Ελλάδος, 2010).

Η ύφεση εξακολουθεί να ταλανίζει τον τουριστικό τομέα και ιδιαίτερα τον κλάδο των ξενοδοχείων και των εστιατορίων και το 2010 όπου σημειώνεται νέα υποχώρηση της δραστηριότητας (Τράπεζα της Ελλάδος, 2011).

Και την επόμενη χρονιά, το 2011, η ύφεση εξακολουθεί να πιέζει την ελληνική οικονομία και το ΑΕΠ συνεχίζει να συρρικνώνεται. Υποχωρούν τόσο η εγχώρια ζήτηση όσο και οι καθαρές εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τα εστιατόρια πλήττονται ακόμη περισσότερο με τη δραστηριότητά τους να ακολουθεί καθοδική πορεία (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012).

Στην αυγή του 2012 οι οικονομίες δεν έχουν ξεπεράσει τη δημοσιονομική κρίση κι αυτό έχει αντίκτυπο στην τουριστική κίνηση.

Επιπλέον στην Ελλάδα ο τουρισμός πλήττεται από τις κοινωνικές εντάσεις και το δυσμενές κλίμα που αυτές δημιουργούν, το οποίο προβάλλεται στον διεθνή τύπο. Ως αποτέλεσμα οι ήδη μειωμένες τουριστικές ροές επιλέγουν να στραφούν σε άλλους προορισμούς.

Παραπέρα και το κλίμα αβεβαιότητας που καλλιεργείται κατά τη διάρκεια της μακράς προεκλογικής περιόδου συντείνει στην περαιτέρω μείωση των τουριστικών δραστηριοτήτων (Τράπεζα της Ελλάδος, 2013).

Κατά την περίοδο 2010-2013 παρά την συρρίκνωση του υφίσταται ο τουριστικός κλάδος εξαιτίας των δυσμενών οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών που επικρατούν στην χώρα το ισοζύγιο υπηρεσιών εμφανίζει πλεόνασμα. Το διάστημα αυτό οι καθαρές εισπράξεις που προέρχονται από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών αντιστοιχούν, κατά μέσο όρο, στο 60% των συνολικών καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες ποσοστό δηλαδή 4,3% του ΑΕΠ. Το μεγαλύτερο μέρος των εισπράξεων από ταξιδιωτικές υπηρεσίες προέρχεται από επισκέπτες των χωρών της ΕΕ-27. Παράλληλα αυξάνεται διαρκώς τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των επισκεπτών που προέρχονται από την Ρωσία (Τράπεζα της Ελλάδος, 2014).

Το 2014 είναι η χρονιά που η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα ανακάμπτει και σημειώνει εντυπωσιακή άνοδο. Χαρακτηριστικό σε ό,τι αφορά τις αφίξεις είναι ότι καταγράφεται στροφή προς νέους τουριστικούς προορισμούς ενώ συνεχίζονται για μεγαλύτερο διάστημα επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην βελτίωση του οικονομικού κλίματος.

Παραπέρα, σημαντικός ήταν ο ρόλος της πολιτιστικής και τουριστικής επαναπροβολής της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό. Επίσης, ιδιαίτερη σημασία φαίνεται πως είχε η στροφή σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού ενώ θεωρείται ότι στην αύξηση των τουριστικών ροών συνέβαλαν τα μέτρα που ελήφθησαν για την διευκόλυνση της επισκεψιμότητας των τουριστικών αξιοθέατων. Τέτοια ήταν για παράδειγμα η επιμήκυνση του ωραρίου στους αρχαιολογικούς χώρους καθώς και η λειτουργία των μουσείων στις αργίες. Τέλος, η υποτίμηση του ευρώ σε σχέση με τα νομίσματα των χωρών που αποτελούν ανταγωνιστικούς προορισμούς στη μεσόγειο καθώς και η πολιτική αστάθεια σε ορισμένους από αυτούς ωφέλησε την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα (Τράπεζα της Ελλάδος, 2015).

Η θετική εικόνα εξακολουθεί και το 2015 όπου για τρίτη συνεχή χρονιά το τουριστικό προϊόν γνωρίζει ανοδική τάση αυξάνοντας τις τουριστικές εισπράξεις και ταυτόχρονα την απασχόληση.

Η ανάκαμψη του τουριστικού κλάδου φαίνεται πως δεν επηρεάστηκε από την επιβολή των κεφαλαιακών περιορισμών. Σε αυτό συνέβαλε και η μείωση στις τιμές των πακέτων που πωλούνταν στις ξένες αγορές. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε πολλές περιοχές τα κενά που δημιούργησε στις κρατήσεις ο περιορισμός της εγχώριας ζήτησης καλύφθηκαν από ξένους επισκέπτες που ανταποκρίθηκαν στις εκπτώσεις και τις προσφορές. Έτσι, το 2015 οι αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά 7,1% και συνακόλουθα οι τουριστικές εισπράξεις είχαν αύξηση 7,7%. Τα ετήσια στοιχεία της κίνησης του αεροδρομίου Αθηνών δείχνουν πως το ποσοστό των ξένων τουριστών με προορισμό της Αθήνα αυξήθηκε κατά 26% το 2015.

Παράλληλα οι προοπτικές της τουριστικής κίνησης φαίνονται ιδιαίτερα ικανοποιητικές για την επόμενη χρονιά καθώς σχεδιάζεται η ανάπτυξη ενός εκατομμυρίου νέων αεροπορικών θέσεων με προορισμό την χώρα και η αύξηση των τουριστικών ροών από Ρωσία (Τράπεζα της Ελλάδος, 2016).

Παρά το γεγονός ότι ο τουριστικός κλάδος συνεχίζει αναπτύσσεται και το 2016 με τις αφίξεις των επισκεπτών να αυξάνονται κατά 5,1% δε συμβαίνει το ίδιο με τα τουριστικά έσοδα. Έτσι, τα έσοδα και οι εισπράξεις από τον τουρισμό για το 2016 εμφανίζονται μειωμένα κατά 6,4%. Η εξέλιξη αυτή έρχεται ως αποτέλεσμα της μείωσης της μέσης δαπάνης ανά τουριστική επίσκεψη λόγω και της προσφοράς ανταγωνιστικών - εκπτώσιμων πακέτων.

Παράλληλα, φαίνεται ότι περιορίστηκε ο αριθμός επισκεπτών με υψηλό εισόδημα και συγχρόνως μειώθηκε η μέση διάρκεια παραμονής καθώς και το ύψος της δαπάνης ανά διανυκτέρευση.

Επιπλέον, στη διάρκεια της χρονιάς ο τουρισμός στην Ελλάδα αντιμετώπισε τις αρνητικές συνέπειες μιας σειράς ζητημάτων όπως η διεθνής τρομοκρατία, οι προσφυγικές ροές και το βρετανικό δημοψήφισμα για την παραμονή ή όχι στην ΕΕ. Τα παραπάνω επέδρασαν αρνητικά στις αφίξεις των επισκεπτών, ιδιαίτερα στις οδικές αφίξεις στην βόρεια Ελλάδα και στις αεροπορικές στα νησιά του βορειοανατολικού Αιγαίου (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017).

Καθώς η οικονομική κρίση έχει πια ξεπεραστεί, το 2017 είναι η χρονιά που η ελληνική οικονομία επανέρχεται σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Πίσω από την ανοδική αυτή τάση μπορούμε να διακρίνουμε την αύξηση των εξαγωγών τόσο σε

αγαθά όσο και σε υπηρεσίες γεγονός που οφείλεται στην αύξηση της εξωτερικής ζήτησης καθώς επίσης και στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας.

Το διάστημα αυτό λοιπόν σημειώνεται μια μικρή αύξηση γενικά σε όλο των τριτογενή τομέα και συνεπώς τα ξενοδοχεία και την εστίαση. Ήδη το διάστημα 2012-2016 υπήρξε σημαντική άνοδος του κλάδου υπηρεσιών παροχής καταλύματος. Αυτή την περίοδο σημειώθηκε αύξηση κατά 3% στις διαθέσιμες κλίνες στο σύνολο της χώρας και κατά 22% στις κλίνες των ξενοδοχείων πέντε αστέρων. Φαίνεται πως η βελτίωση αφορά τόσο την ποσότητα όσο και την ποιότητα καθώς οι αυξημένες ροές επισκεπτών οδήγησαν σε επενδύσεις που αφορούσαν τόσο την αύξηση των κλινών όσο και την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών. Έτσι, το 2017 ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει περαιτέρω βελτίωση. Συγκεκριμένα, ενώ στη διάρκεια του 2016 και το α' τρίμηνο του 2017 η μείωση των εισπράξεων συνοδευόταν από μείωση των διανυκτερεύσεων, η τουριστική κίνηση συνολικά στη διάρκεια του έτους είχε αύξηση 9.7% συγκριτικά με το 2016 ενώ οι τουριστικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 11.1% σε τρέχουσες τιμές και 10% σε σταθερές.

Οι παραπάνω εξελίξεις ήρθαν ως απόρροια των ανταγωνιστικών τιμολογιακών πολιτικών που υιοθέτησαν οι τουριστικές επιχειρήσεις στις αρχές του 2027, της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και των προβλημάτων ως προς την ασφάλεια που παρουσίαζαν πολλοί ανταγωνιστικοί τουριστικοί προορισμοί στην Μεσόγειο. Αυτή η ιδιαίτερα θετική εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα οδήγησε σε επενδυτικές πρωτοβουλίες σε σχέση με τις υποδομές και την δυναμικότητα του τουριστικού κλάδου βάζοντας τις βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξή του. Σε αυτήν την κατεύθυνση, η Fraport ανέλαβε την ανακατασκευή και επέκταση 14 περιφερειακών αεροδρομίων στη χώρα ενώ η Aegean Airlines διεύρυνε το δίκτυό της προσθέτοντας 18 δρομολόγια εξωτερικού. Την ίδια πολιτική υιοθέτησαν και άλλες εταιρείες χαμηλού κόστους αυξάνοντας και αυτές με τη σειρά τους τα δρομολόγια του δικτύου τους ενώ εισήλθαν και νέες αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους (Τράπεζα της Ελλάδος, 2018).

Φαίνεται λοιπόν πως η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση αυτή την περίοδο. Στο διάστημα μεταξύ 2012 – 2017 η εισερχόμενη τουριστική κίνηση καταγράφει συνεχώς αυξημένους ρυθμούς ανάπτυξης.

Ειδικότερα, αυτή την περίοδο αυξήθηκαν κατά 75% οι αφίξεις μη κατοίκων ενώ άνοδος καταγράφηκε και στις ταξιδιωτικές εισπράξεις και τις διανυκτερεύσεις σε ποσοστό 47% και 43% αντίστοιχα.

Στις θετικές εξελίξεις συνέβαλαν διάφοροι παράγοντες, Χαρακτηριστικά, διευκολύνθηκαν οι μετακινήσεις με την είσοδο περισσότερων εταιρειών χαμηλού κόστους.

Επιπλέον, η ανάπτυξη καινοτομιών όπως οι βραχυχρόνιες μισθώσεις κατοικιών έκαναν πιο προσιτή τη διαμονή σε διάφορους προορισμούς.

Ακόμη η μεγέθυνση των μεσαίων πληθυσμιακών τάξεων σε αναδυόμενες χώρες όπως είναι η Κίνα δημιούργησαν νέα κύματα επισκεπτών.

Τέλος η άνοδος της κρουαζιέρας διεθνώς και η ανάπτυξη μιας γενιάς που δίνει προτεραιότητα στην διασκέδαση και τις νέες εμπειρίες έδωσε ιδιαίτερη ώθηση στην τουριστική κίνηση.

Συνεχίζοντας λοιπόν την ανοδική του πορεία και το 2018 ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει αύξηση και αυτή τη χρονιά στις ξενοδοχειακές υπηρεσίες. Επιπλέον το 2018 για πρώτη φορά η ταξιδιωτική κίνηση συμπεριέλαβε πάνω από 30 εκατομμύρια επισκέπτες ενώ οι ταξιδιωτικές εισπράξεις ξεπέρασαν τα 16 δισεκατομμύρια ευρώ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2019).

Το 2019 είναι η τελευταία χρονιά πριν την εξάπλωση του κορωνοϊού και ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα εξακολουθεί να διατηρεί την ευρωστία του. Οι αφίξεις αυξάνονται και αυτή την χρονιά, το ίδιο και οι διανυκτερεύσεις. Η δυναμικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου αυξάνει και το ίδιο συμβαίνει με την απασχόληση σε αυτόν. Συγκεκριμένα, οι διαθέσιμες κλίνες αυτή τη χρονιά παρουσίασαν αύξηση 1,4% και αντίστοιχα η απασχόληση στα ξενοδοχεία και καταλύματα σημείωσε άνοδο 9% (Τράπεζα της Ελλάδος, 2020).

Στη διάρκεια του 2020 η οικονομία σε παγκόσμιο επίπεδο δοκιμάστηκε εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού. Οι περιορισμοί και οι απαγορεύσεις που επιβλήθηκαν προκειμένου να ανακοπεί η εξάπλωση της νόσου πίεσαν ασφυκτικά την οικονομική δραστηριότητα. Στην Ελλάδα τόσο η πτώση στις εξαγωγές των υπηρεσιών όσο και ο περιορισμός της ιδιωτικής κατανάλωσης συρρίκνωσαν το ΑΕΠ κατά 8,2%. Ο τουρισμός και η εστίαση ήταν οι τομείς με τις μεγαλύτερες απώλειες.

Έπειτα από οκτώ έτη συνεχούς ανόδου ο τουριστικός κλάδος σημείωσε απότομη πτώση με τις αφίξεις των ξένων επισκεπτών να ανέρχονται στο ένα τρίτο της προηγούμενης χρονιάς. Παρόλα αυτά τα μεγέθη σε ό,τι αφορά τις τουριστικές

εισπράξεις εξελίχθηκαν καλύτερα από τις προβλέψεις των φορέων του τουρισμού. Επίσης σχετική μελέτη έδειξε ότι η εισερχόμενη τουριστική κίνηση στην Ελλάδα το τρίτο τρίμηνο του 2020 κινήθηκε σε υψηλότερα επίπεδα από την αντίστοιχη στην Ισπανία, Ιταλία και Πορτογαλία (Τράπεζα της Ελλάδος, 2021).

Ένα χρόνο αργότερα, το 2021, ο τουριστικός τομέας φαίνεται να ανακτά μέρος του δυναμισμού του και να ενισχύει το εθνικό εισόδημα και την απασχόληση (Τράπεζα της Ελλάδος, 2022).

Ωστόσο, το ξέσπασμα του πολέμου στην Ουκρανία στερεί από την Ελλάδα ένα σημαντικό μέρος επισκεπτών κυρίως Ρώσων αλλά και Ουκρανών.

Σε κάθε περίπτωση, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις του έτους ανήλθαν στο 59% του 2019 ενώ οι αφίξεις ξένων επισκεπτών αντίστοιχα στο 47% επιβεβαιώνοντας τις πλέον θετικές προβλέψεις (Τράπεζα της Ελλάδος, 2022).

Για το έτος 2022 η επαναφορά του ελληνικού τουρισμού υπήρξε σχεδόν ολική με τις ταξιδιωτικές εισπράξεις να ανέρχονται στο 97% των αντίστοιχων του 2019. Στην Ελλάδα η τουριστική κίνηση αποκαταστάθηκε με ταχύτερους ρυθμούς σε σχέση με τον υπόλοιπο κόσμο και τους άλλους ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς. Τα ποσοστά των αφίξεων ξένων επισκεπτών ήταν αυξημένα και υπολείπονταν από τα αντίστοιχα του 2019 μόνο κατά 0,1%.

Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει αυτή τη χρονιά ο ελληνικός τουρισμός συνδέονται με το αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον, την αύξηση των τιμών της ενέργειας και των τροφίμων καθώς επίσης και την συνεχιζόμενη αβεβαιότητα που προκαλεί ο πόλεμος στην Ουκρανία αλλά και ο φόβος για παγκόσμια ύφεση. Επίσης ένα ουσιαστικό πρόβλημα συνιστά ή έλλειψη εργατικού δυναμικού δεδομένου ότι τα χρόνια της πανδημίας πολλοί από όσους απασχολούνταν στον τουρισμό μεταπήδησαν σε άλλους εργασιακούς κλάδους (Τράπεζα της Ελλάδος, 2023).

1.3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια μια νέα πολιτική στον τουριστικό τομέα δίνει νέα αναπτυξιακή προοπτική σε χώρες τουριστικού ενδιαφέροντος. Πρόκειται για τον εναλλακτικό τουρισμό και για τον τουρισμό ειδικού ενδιαφέροντος. Αποτελούν διαφοροποιημένες μορφές τουρισμού καθώς περιλαμβάνουν ειδικά χαρακτηριστικά που τις διακρίνουν από τον μαζικό τουρισμό ο οποίος στοχεύει αποκλειστικά στην ικανοποίηση αναγκών ψυχαγωγίας και αναψυχής.

Σήμερα έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και ορισμένες από αυτές μπορούν να βρουν εξαιρετικές προοπτικές στον ελληνικό χώρο.

Ειδικότερα, ο αγροτουρισμός που αφορά τις αγροτικές περιοχές και μπορεί να συμβάλλει στην ανάδειξη των περιβαλλοντικών, πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών τους. Συνήθως προσελκύει επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την εμπειρία τους αγροτικού τρόπου ζωής. Έτσι, επιθυμούν να ζήσουν την καθημερινότητα των γεωργοκτηνοτρόφων να πάρουν μέρος στην εργασία τους και να συμμετέχουν στην παραγωγή των προϊόντων τους.

Για την ικανοποίηση αυτής της μερίδας τουριστών έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται αγροτουριστικά καταλύματα που προσφέρονται σε πακέτα διακοπών.

Ιδιαίτερη ώθηση στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού μπορούν να δώσουν τα προγράμματα LEADER.

Πρόκειται για μια Κοινοτική Πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 1991 ως μια νέα στρατηγική στην πολιτική της αγροτικής ανάπτυξης. Μετά την επιτυχημένη εφαρμογή της επιχειρήθηκε ένας πιο ολοκληρωμένος σχεδιασμός που οδήγησε στο LEADER II ενώ στη συνέχεια δημιουργήθηκε το LEADER+ για να φτάσουμε σήμερα στην πρωτοβουλία CLLD/ LEADER

Το Community - Led Local Development στοχεύει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας με παρεμβάσεις στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα της (Αναπτυξιακή Πέλλα, 2023).

Μέσω αυτών των προγραμμάτων αναμένεται να χορηγηθούν μέσα στο 2023 επιδοτήσεις ύψους έως 400.000 ευρώ σε πενήντα αγροτικές περιοχές της χώρας. Επιλέξιμες θα είναι οι πράξεις που στοχεύουν σε ίδρυση, εκσυγχρονισμό ή επέκταση τουριστικών επιχειρήσεων. Πρόκειται για μια εξαιρετική δυνατότητα χρηματοδότησης σχεδίων ανάπτυξης ξενοδοχείων, καταλυμάτων και άλλων επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα (Κατσέλη, 2022).

Περαιτέρω, μια άλλη μορφή εναλλακτικού τουρισμού με ιδιαίτερα ενθαρρυντικές προοπτικές ανάπτυξης στην χώρα είναι αυτή του θρησκευτικού τουρισμού. Αυτό το είδος αφορά ταξιδιώτες με θρησκευτικά ενδιαφέροντα που μπορεί να προέρχονται από το εσωτερικό της χώρα ή και από την αλλοδαπή. Χαρακτηριστικό είναι το ενδιαφέρον που εκδήλωνε ο ρωσικός λαός για θρησκευτικές περιηγήσεις στον ελληνικό χώρο μέχρι το ξέσπασμα του πολέμου στην Ουκρανία.

Σε κάθε περίπτωση, Έλληνες και ξένοι ταξιδιώτες στην χώρα έχουν την ευκαιρία να θαυμάσουν εκπληκτικούς βυζαντινούς ναούς, εντυπωσιακές εκκλησίες, αναρίθμητα μοναστήρια, μετόχια και ιερά προσκυνήματα (Visit Greece, 2023).

Μια άλλη αναπτυσσόμενη αγορά είναι αυτή του ιατρικού τουρισμού που επιχειρεί να συνδυάσει τις υψηλής ποιότητας ιατρικές υπηρεσίες και την τουριστική εμπειρία. Ειδικότερα, ο τουρισμός για λόγους υγείας αποτελεί ξεχωριστή μορφή παροχής ιατρικών υπηρεσιών κατά την οποία συνδυάζονται οι διακοπές με την πρόληψη ή θεραπεία κάποιας σωματικής ή ψυχικής ασθένειας Αναφέρεται στις μετακινήσεις ατόμων με σκοπό την πρόληψη, θεραπεία ή αποκατάσταση της σωματικής ή της ψυχικής τους υγείας και δέχονται υπηρεσίες σε περιοχή που δεν αποτελεί μόνιμο τόπο κατοικίας τους. Παραπέρα, μπορεί να διακριθεί σε τρεις υποκατηγορίες: Τον ιατρικό τουρισμό, τον ιαματικό – θερμαλιστικό τουρισμό και τον τουρισμό ευεξίας (Σχέδιο Νόμου Υπουργείο Τουρισμού, 2021).

Στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές οι ιατρικές υπηρεσίες που προσφέρονται αναφορικά με την υποβοηθούμενη αναπαραγωγή, τις οδοντιατρικές και οφθαλμιατρικές επεμβάσεις. Παράλληλα υπάρχει και αυξημένη ζήτηση στις υπηρεσίες υγείας-ευεξίας όπου προσφέρονται υδροθεραπείες, spa κ.α

Η ελληνική αγορά ιατρικού τουρισμού είναι αρκετά ανταγωνιστική με δυνατότητες παραπέρα εξέλιξης δεδομένου ότι διαθέτει υψηλής ποιότητας και εκπαίδευσης υγειονομικό προσωπικό αλλά και ιδιαίτερα αναπτυγμένες υγειονομικές υποδομές, ελκυστικό φυσικό περιβάλλον και οικονομικότερες χρεώσεις σε σχέση με άλλα ευρωπαϊκά κράτη. Ιδιαίτερα ευνοϊκή για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού είναι η ευρωπαϊκή οδηγία για τη διασυνοριακή περίθαλψη που επιτρέπει στους ασφαλισμένους να καλύπτονται για ιατρικές πράξεις που διενεργούνται σε άλλο κράτος μέλος Οι ταξιδιώτες που θα επισκεφθούν τη χώρα για ιατρικούς σκοπούς μπορούν παράλληλα να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους χωρίς να χρειαστεί να μεταβούν σε άλλο προορισμό. Σε πολλές περιπτώσεις είναι δυνατή η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο κάτι που μπορεί να δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης.

Στην Ελλάδα ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει θεαματική ανάπτυξη με την χώρα να λαμβάνει την 15^η θέση στην ευρωπαϊκή κατάταξη την περίοδο 2000-2017 έχοντας διοργανώσει 131 διεθνή συνέδρια. Το διάστημα από το 2014 έως το 2016 ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα γνώρισε μεγαλύτερη άνοδο παράλληλα με την γενικότερη αυξητική τάση της τουριστικής κίνησης στη χώρα. Το ίδιο περίπου

διάστημα, την τριετία 2010-2013 πραγματοποιήθηκαν σημαντικές διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις στον τουριστικό κλάδο με παράλληλη αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος. Έτσι, η βελτίωση στην αεροπορική σύνδεση πολλών προορισμών, τα έργα αναβάθμισης των ξενοδοχειακών υποδομών και ο εκσυγχρονισμός των διαφόρων εγκαταστάσεων συνέβαλαν σε μεγάλο βαθμό στην ανάκαμψη του συνεδριακού τουρισμού.

Το συγκεκριμένο είδος τουρισμού θεωρείται ιδιαίτερα προσοδοφόρο και αποτελεί σημαντική πρόκληση για την χώρα η περαιτέρω ανάπτυξή του. Ειδικότερα, δύο είναι τα στοιχεία που καθιστούν ξεχωριστό τον συνεδριακό τουρισμό: αρχικά το γεγονός ότι μπορεί να λειτουργήσει εκτός της τουριστικής περιόδου αιχμής και έπειτα οι υψηλές ημερήσιες δαπάνες των συνέδρων σε σχέση με τον μέσο τουρίστα αναψυχής. Έτσι, το 2017 στην Ελλάδα φιλοξενήθηκαν 50.082 σύνεδροι. Αυτοί παρέμειναν κατά μέσο όρο 3,7 ημέρες στη χώρα και ξόδεψαν 73,5 εκατομμύρια ευρώ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2019).

Παραπέρα, με δεδομένο ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι του ελληνικού ΑΕΠ καθώς επίσης και το γεγονός ότι οι προοπτικές του διαγράφονται εξαιρετικά δυναμικές θα πρέπει οι εμπλεκόμενοι να κινητοποιηθούν έτσι ώστε να ανταποκριθούν στις ανάγκες ανάπτυξης υποδομών, προστασίας του οικοσυστήματος και διάχυσης των ωφελειών στην κοινωνία. Τα παραπάνω αποτελούν επιτακτική ανάγκη στις μέρες μας που η πλειοψηφία των τουριστών όλων των ηλικιών είναι ευαισθητοποιημένη απέναντι σε περιβαλλοντικά ζητήματα, επιλέγουν τα μέσα μεταφοράς που είναι φιλικά προς το περιβάλλον και δείχνουν προτίμηση σε μονάδες φιλοξενίας που συμμερίζονται τις περιβαλλοντικές του ανησυχίες και λαμβάνουν μέτρα σε αυτή την κατεύθυνση (Τράπεζα της Ελλάδος, 2020).

1.4. Το ξενοδοχειακό προϊόν

Ως ξενοδοχειακό προϊόν νοείται το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που παρέχει η ξενοδοχειακή επιχείρηση στους πελάτες της. Πρόκειται για ένα σύνθετο και ταυτόχρονα ιδιόμορφο προϊόν. Η ιδιομορφία του οφείλεται στους διαφορετικούς παράγοντες που περιλαμβάνονται στη σύνθεσή του.

Έτσι, χαρακτηριστική είναι η πολυμορφία του καθώς δεν προσφέρει μόνο ένα αγαθό ή μία υπηρεσία αλλά παρέχει διαμονή, εστίαση, αναψυχή κλπ. Ως επί το πλείστον βέβαια προσφέρει υπηρεσίες, οι οποίες είναι ενέργειες που σκοπό έχουν την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών. Οι υπηρεσίες διαφοροποιούνται από τα αγαθά τα οποία είναι απτά προϊόντα καθώς αυτές είναι κάτι άυλο. Συνιστούν μια δραστηριότητα ή μία προσπάθεια απέναντι σε κάποιον, είναι ετερογενείς και δεν μπορούν να συντηρηθούν. Γενικά η προσφορά ξενοδοχειακών υπηρεσιών εμπεριέχει την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε αυτόν που προσφέρει την υπηρεσία και τον πελάτη. Βεβαίως, το ξενοδοχειακό προϊόν περιλαμβάνει και υλικά αγαθά τα οποία πλαισιώνουν την παροχή υπηρεσιών. Ιδιαίτερη σημασία έχουν λοιπόν η τοποθεσία, το φυσικό αλλά και το τεχνητό περιβάλλον. Η αρχιτεκτονική του κτιρίου, η διακόσμηση του χώρου και η διαρρύθμιση του ξενοδοχείου είναι επίσης σημαντικά. Τέλος, η τήρηση των κανόνων υγιεινής, η ποιότητα των υπηρεσιών και η δυνατότητα επιλογής σε προϊόντα και υπηρεσίες αποτελούν στοιχεία του ξενοδοχειακού προϊόντος.

Παραπέρα, ξεχωριστή σημασία έχει το γεγονός ότι το ξενοδοχειακό προϊόν είναι μη αποθηκεύσιμο και παράλληλα στατικό. Οι υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση, η διάθεση των κλινών για παράδειγμα παρέχονται ή χάνονται, δεν μπορούν να διατηρηθούν για να προσφερθούν σε μια άλλη περίοδο. Επίσης δεν μπορούν να μεταφερθούν και να διανεμηθούν. Ο φιλοξενούμενος θα πρέπει να μεταβεί ο ίδιος στο ξενοδοχείο και αυτό βέβαια σημαίνει ότι δεν έχει τη δυνατότητα να δοκιμάσει το προϊόν και εάν δεν τον ικανοποιεί να το απορρίψει. Θα το αγοράσει και στην περίπτωση που δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του έχει απλώς τη δυνατότητα να διαμαρτυρηθεί και να προσπαθήσει να αποτρέψει τον κύκλο από την ίδια αγορά. Επίσης, η ποσότητα του ξενοδοχειακού προϊόντος που μπορεί να διατεθεί προσδιορίζεται από το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας και δεν μπορεί να προσαρμοστεί στην αύξηση της ζήτησης ενώ η ποιότητα θα καθορίσει την εξέλιξη και την επιτυχία του.

Τέλος, πρόκειται για ιδιαίτερα ευαίσθητο προϊόν που επηρεάζεται από εξωγενείς παράγοντες. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μεγάλος βαθμός εξάρτησης από τις καιρικές συνθήκες, τις φυσικές καταστροφές, τις κλιματολογικές αλλαγές κλπ (Λογοθέτης, 1995).

1.5. Χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου

Τα ξενοδοχεία αποτελούν το σημαντικότερο ίσως τμήμα του τουρισμού και αυτό γιατί ο επισκέπτης θα οργανώσει τις διακοπές του ξεκινώντας από την εύρεση του καταλύματος. Δεδομένου λοιπόν ότι δεν μπορεί κάποιος να περάσει κάποιο διάστημα σε ένα μέρος όπου δεν μπορεί να φιλοξενηθεί, οι ξενοδοχειακές υποδομές θα προσδιορίσουν σε μεγάλο βαθμό την επισκεψιμότητα ενός προορισμού.

Ο ξενοδοχειακός κλάδος μεταβάλλεται διαχρονικά σύμφωνα με τις εξελίξεις της τεχνολογίας, τις ανάγκες των τουριστών και τις τάσεις που επικρατούν στον τουρισμό. Έτσι, η εξάπλωση του διαδικτύου, οι τεχνολογικές καινοτομίες, τα πρότυπα που καθιερώνει η διαφήμιση και οι προτιμήσεις των επισκεπτών επιβάλλουν σημαντικές αλλαγές καθιστώντας τον κλάδο εξαιρετικά δυναμικό.

Επιπλέον, τις τελευταίες δεκαετίες έχει επικρατήσει η τάση δημιουργίας ξενοδοχειακών αλυσίδων με ισχυρή επωνυμία. Αυτή η εξέλιξη συνιστούσε μια προσπάθεια απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και παραγκωνισμού των λιγότερο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στον κλάδο.

Παραπέρα, μια ξενοδοχειακή επιχείρηση δεν αποτελεί μόνο χώρο παροχής υπηρεσιών διαμονής. Τα μεγάλα ξενοδοχεία και ιδίως οι αλυσίδες παρέχουν επίσης υπηρεσίες ευεξίας, αναψυχής και εστίασης ενώ διαθέτουν επίσης καταστήματα αγορών, εκθεσιακούς και συνεδριακούς χώρους.

Ωστόσο το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του ξενοδοχειακού κλάδου που τον διαφοροποιεί από άλλους κλάδους επιχειρήσεων αφορά τις υπηρεσίες διαμονής οι οποίες είναι άυλες και δεν υπάρχει δυνατότητα συντήρησης και αποθήκευσής τους. Αυτό συνεπάγεται ιδιαίτερες επιπτώσεις στα έσοδα και άρα στην οικονομική εξέλιξη της επιχείρησης καθώς ένα δωμάτιο που δε θα ενοικιαστεί είναι ένα έσοδο που χάνεται για πάντα (Λαγός, 1995, 2005)

Περαιτέρω, τα ξενοδοχεία διακρίνονται σε εποχικά και πλήρους λειτουργίας. Τα πρώτα βρίσκονται σε παραθεριστικούς προορισμούς και εξυπηρετούν τις ανάγκες των επισκεπτών στη διάρκεια των διακοπών τους. Αντίθετα τα ξενοδοχεία πλήρους

λειτουργίας είναι εμπορικά ή ξενοδοχεία πόλεως ή ξενοδοχεία αεροδρομίων που καλύπτουν ταξιδιωτικές, εργασιακές και άλλες ανάγκες σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Ο χρόνος λειτουργίας των εποχικών ξενοδοχείων ανέρχεται συνήθως σε μισό έτος. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων το 2022 τα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας προσέφεραν υπηρεσίες για 5,6 μήνες ενώ τα αντίστοιχα συνεχούς λειτουργίας για 11,4 μήνες. Και στις δύο κατηγορίες η μεγαλύτερη πληρότητα εμφανίζεται στο διάστημα Μαΐου-Οκτωβρίου. Τα τελευταία έτη και ιδίως το 2022 οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα που συνδέονται με το αυξημένο κόστος ενέργειας και την εύρεση προσωπικού ενώ ανησυχία προκαλεί και ο ανταγωνισμός από τα καταλύματα βραχυχρόνιας ζήτησης (ΙΤΕΠ, 2023).

1.6. Η εξέλιξη του ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα

Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μεταβάλλονται δυναμικά καθώς καλούνται να ικανοποιήσουν εξελισσόμενες ανάγκες και απαιτήσεις. Έτσι, την τελευταία δεκαετία και ιδίως μετά το 2017 οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται στον κλάδο αφορούν πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες τεσσάρων και πέντε αστέρων.

Ειδικότερα, από το 2000 αρχίζει να αναπτύσσεται μια τάση αναβάθμισης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Την χρονιά αυτή τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων συνιστούσαν το 6% του συνόλου των επιχειρήσεων του κλάδου. Το 2019 το αντίστοιχο ποσοστό ανήλθε στο 21% ενώ ταυτόχρονα συρρικνώθηκε το ποσοστό των ξενοδοχείων που ανήκαν στις δύο χαμηλότερες κατηγορίες.

Πιο συγκεκριμένα, το 2018 λειτούργησαν 93 νέα ξενοδοχεία πέντε αστέρων και 117 τεσσάρων αστέρων. Συνολικά την περίοδο 2017-2019 επενδύθηκαν 3 δις ευρώ (1 δις ανά έτος) σε εργασίες που αφορούσαν την ανακαίνιση και αναβάθμιση ξενοδοχειακών μονάδων ενώ το ξενοδοχειακό εργατικό δυναμικό αυξήθηκε κατά 4,2% των Μάιο και κατά 1,3% τον Αύγουστο του 2019 συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2018.

Γενικότερα, το διάστημα 2010-2018 οι κλίνες των ξενοδοχείων πέντε αστέρων αυξήθηκαν κατά 30% ξεπερνώντας την αύξηση σε κάθε άλλη ξενοδοχειακή

κατηγορία ενώ πρόκειται για μονάδες που βρίσκονται σε τουριστικούς προορισμούς της χώρας με μεγάλη επισκεψιμότητα (ΙΤΕΠ, 2020).

Πέρα από τις επενδύσεις σε πολυτελείς μονάδες ο ξενοδοχειακός κλάδος της χώρα εμφανίζεται ιδιαίτερα εύρωστος και ικανός να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της ζήτησης. Ειδικότερα, το 2021 υπήρχαν στην Ελλάδα 10.088 ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες διέθεταν 440.904 δωμάτια και 877.930 κλίνες.

Ωστόσο, ο μεγαλύτερος όγκος τουριστών κατευθύνεται στις περιφέρειες του Νοτίου Αιγαίου, στην Κρήτη, τα Ιόνια νησιά, την Κεντρική Μακεδονία και την Αττική. Όπως θα ήταν αναμενόμενο στις παραπάνω περιοχές βρίσκεται το μεγαλύτερο μέρος των εγκαταστάσεων φιλοξενίας, 6.743 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν το 67% του κλάδου (ΙΝΣΕΤΕ, 2022)

Παραπέρα, καθώς η τουριστική κίνηση αρχίζει να καταγράφει ανοδικούς ρυθμούς και στην Αθήνα διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων επενδύουν στην αθηναϊκή τουριστική αγορά. Τόσο στο κέντρο της Αθήνας όσο και στα νότια προάστια υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για την απόκτηση και ανακαίνιση ξενοδοχείων καθώς η τάση στην Αττική όπως και στην υπόλοιπη Ελλάδα είναι η ανάπτυξη μονάδων τεσσάρων και πέντε αστέρων.

Σε κάθε περίπτωση πάντως πρόκειται για έναν ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο που αναπτύσσεται παραπέρα κάθε χρόνο.

Έτσι, όπως αναφέρεται στην τελευταία στατιστική έκθεση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος για το 2022 στην επικράτεια λειτουργούν 10.087 μονάδες που προσφέρουν 443.835 δωμάτια δυναμικότητας 885.624 κλινών (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2023).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 Το τουριστικό προϊόν

Ο τουριστικός τομέας όπως είδαμε συνιστά έναν σημαντικό κλάδο της εγχώριας οικονομίας, ωστόσο όπως σε κάθε οικονομική δραστηριότητα έτσι και στον τουρισμό υπάρχουν ορισμένα βασικά στοιχεία που συνθέτουν τον πυρήνα του. Για την καλύτερη λοιπόν κατανόηση του κλάδου θα ήταν σκόπιμο να διακρίνουμε ορισμένα από αυτά και να περιγράψουμε τον ρόλο τους.

Μια βασική λοιπόν έννοια της συζήτησης αποτελεί το τουριστικό προϊόν. Όταν αναφερόμαστε στο τουριστικό προϊόν εννοούμε όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγει και πουλά η τουριστική βιομηχανία. Σε αυτά περιλαμβάνονται καταρχάς η διαμονή και το κατάλυμα, έπειτα η εστίαση, το φαγητό και το ποτό. Τέλος, η διασκέδαση και οι μεταφορά είναι επίσης μέρη του τουριστικού προϊόντος.

Γίνεται άμεσα αντιληπτό ότι πρόκειται για ένα σύνθετο προϊόν που αποτελείται τόσο από υλικά όσο και από άυλα στοιχεία. Τα πρώτα είναι τα καταλύματα, οι υποδομές κλπ ενώ άυλα στοιχεία είναι οι εικόνες, η κουλτούρα, η εξυπηρέτηση, το κλίμα. Τα παραπάνω συστατικά αναπόφευκτα αποδίδουν και κάποια πολύ συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στο τουριστικό προϊόν τα οποία θα επηρεάσουν και την διαχείρισή του.

Ειδικότερα, ένα βασικό χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι η αδυναμία αποθήκευσής . Πρόκειται για χαρακτηριστικό που προσιδιάζει στην διαμονή. Τα δωμάτια και οι κλίνες είτε θα ενοικιαστούν είτε όχι, δεν υπάρχει δυνατότητα αποθήκευσης για κάποια μεταγενέστερη χρήση.

Παραπέρα, άλλο χαρακτηριστικό που διακρίνει το τουριστικό προϊόν είναι η ανελαστικότητα ως προς την προσφορά. Αυτό σημαίνει ότι στην περίπτωση που υπάρξει άνοδος της ζήτησης ή ακόμη και άνοδος των τιμών, οι παραγωγοί δεν είναι σε θέση να προσφέρουν μεγαλύτερη ποσότητα την συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Το παραπάνω είναι εύλογο καθώς η ανέγερση επιπλέον ξενοδοχείων, η πρόσθεση δωματίων και η εύρεση ειδικευμένου προσωπικού είναι κάτι που απαιτεί χρόνο. Ακόμη, είναι χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος το ότι καταναλώνεται αποκλειστικά στον τόπο όπου παράγεται. Δεν μπορεί να αποσταλεί στον αγοραστή του, δηλαδή τον τουρίστα, παρά θα πρέπει εκείνος να μετακινηθεί προς αυτό.

Επιπλέον, το τουριστικό προϊόν δεν διατηρείται μετά την κατανάλωσή του. Όταν τελειώσουν οι διακοπές ο επισκέπτης θα πάρει μαζί του επιστρέφοντας μόνο εμπειρίες και αναμνήσεις.

Επίσης, τα τουριστικά προϊόντα χαρακτηρίζονται από την δυνατότητα υποκατάστασης μεταξύ τους. Έτσι, ανάλογα με το διαθέσιμο εισόδημα του επισκέπτη ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων μπορεί να υποκατασταθεί με ένα άλλο τριών ενώ το αεροπλάνο μπορεί να υποκατασταθεί από το πλοίο ή το τρένο. Ακόμη και ο προορισμός είναι δυνατόν να προσαρμοστεί στις ανάγκες και αντί για την θάλασσα ο επισκέπτης μπορεί να προτιμήσει το βουνό ή κάποια άλλη πόλη.

Περαιτέρω, η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από ευαισθησία απέναντι σε κρίσεις. Μια διαταραχή στην οικονομία ή η αστάθεια στην πολιτική μπορεί να έχει τεράστιο αντίκτυπο στην εξέλιξη μιας τουριστικής περιόδου.

Τέλος, ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό στον τουρισμό είναι το μέγεθος των αρχικών υποδομών και το ύψος της επένδυσης που απαιτείται. Το μέγεθος του κεφαλαίου που θα πρέπει να δεσμευθεί απαιτεί προσεκτική μελέτη και ιδιαίτερο σχεδιασμό δεδομένου ότι στην πλειοψηφία τους οι τουριστικές επιχειρήσεις είναι εποχικές (Βάρβαρεσος, 2000)

2.2. Η τουριστική επιχείρηση

Όπως αναλύθηκε παραπάνω ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο που απαρτίζεται από διαφορετικά επιμέρους στοιχεία. Αυτή η πολυπλοκότητα είναι που οδηγεί στην ανάγκη λειτουργίας ενός πλήθους επιχειρήσεων οι οποίες είναι απαραίτητες για την υποστήριξη και την ανάπτυξή του. Πρόκειται για τις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες καλύπτουν όλες τις ανάγκες των επισκεπτών από την άφιξή τους στον τουριστικό προορισμό έως τη στιγμή της αναχώρησής τους από αυτόν. Καθώς οι ανάγκες που συνδέονται με τον τουρισμό είναι πολλές και διαφορετικές, έχει αναπτυχθεί ένα πλήθος επιχειρήσεων για την εξυπηρέτησή τους.

Πιο αναλυτικά, ο νόμος 4276/14 ορίζει ότι στις τουριστικές επιχειρήσεις περιλαμβάνονται:

α) Τα τουριστικά καταλύματα Ως τέτοια ορίζει τις τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες παρέχουν στους επισκέπτες διαμονή και άλλες σχετικές με την διαμονή υπηρεσίες όπως η εστίαση, η ψυχαγωγία, η αναψυχή και η άθληση.

- β) Οι εγκαταστάσεις με ειδικές τουριστικές υποδομές. Πρόκειται για τα συνεδριακά κέντρα, τα γήπεδα, τα κέντρα θαλασσοθεραπείας, τα χιονοδρομικά κέντρα, τα κέντρα αθλητικού τουρισμού και τα θεματικά πάρκα. Επίσης οι εγκαταστάσεις όπου αναπτύσσονται ιαματικές θεραπείες ή προσφέρεται καταδυτικός τουρισμός. Τέλος, σε αυτή την κατηγορία μπορούν να περιληφθούν κέντρα ευεξίας, αναζωογόνησης και αισθητικής
- γ) Τα γραφεία τουρισμού. Για τον ορισμό τους υπάρχει συγκεκριμένη νομοθεσία σύμφωνα με την οποία αυτά είναι οι νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που με τα μέσα και τις υπηρεσίες που διαθέτουν, αναλαμβάνουν την μεταφορά, διακίνηση ή διαμονή ατόμων ή ομάδων ατόμων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της χώρας (Ν 393/1976, αρθ.1).
- δ) Τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων. Αυτά περιλαμβάνουν κάθε επιχείρηση που διαθέτει προς ενοικίαση ιδιωτικής χρήσης αυτοκίνητα.
- ε) Οι επιχειρήσεις εκμίσθωσης μοτοσικλετών, τρίτροχων και τετράτροχων οχημάτων άνω των 50 κ. εκ. Ως τέτοιες περιγράφονται οι επιχειρήσεις που η δραστηριότητα τους αφορά την εκμίσθωση των συγκεκριμένων οχημάτων.
- στ) Οι τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών οι οποίες έχουν στην κατοχή τους ένα ή περισσότερα από τα ειδικά τουριστικά λεωφορεία που περιγράφονται στον ν. 711/1977
- ζ) Τα ναυλομεσιτικά γραφεία που αναλαμβάνουν την εκνάυωση επαγγελματικών πλοίων που προορίζονται για αναψυχή (Ν. 4276/2014, Αρθ.1).

2.3. Ο ξενοδοχειακός κλάδος

Όπως ήδη έχει αναφερθεί οι ξενοδοχειακές μονάδες αποτελούν το θεμέλιο του τουριστικού φαινομένου. Αυτό γίνεται εύκολα κατανοητό εάν αναλογιστούμε ότι χωρίς την ύπαρξη τους η διαμονή και άρα η τουριστική μετακίνηση θα γινόταν εξαιρετικά πολύπλοκη.

Ασφαλώς τα ξενοδοχεία δεν απευθύνονται μόνο σε τουρίστες. Προσφέρουν κατάλυμα σε επαγγελματίες, φοιτητές, αθλητές ακόμη και πρόσφυγες τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο στις περισσότερες περιπτώσεις η τουριστική κίνηση είναι αυτή που στηρίζει την οικονομική τους δραστηριότητα.

Παράλληλα, η ίδια η λειτουργία των ξενοδοχείων υποστηρίζει και την οικονομική δραστηριότητα σε άλλους κλάδους.

Πιο συγκεκριμένα, τα ξενοδοχεία συναλλάσσονται με μια σειρά επιχειρήσεων προκειμένου να προμηθευτούν έπιπλα, καύσιμα, σκεύη, ποτά και τρόφιμα που είναι απαραίτητα στην καθημερινή τους λειτουργία.

Ένα μεγάλο μέρος της γεωργικής παραγωγής καθώς επίσης κτηνοτροφικά και πτηνοτροφικά προϊόντα κατευθύνονται στα ξενοδοχεία που ιδιαίτερα σε περιόδους υψηλής επισκεψιμότητας έχουν ανάγκη από μεγάλες ποσότητες. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται η ζήτηση, αυξάνεται η γεωργική παραγωγή και μαζί το αγροτικό εισόδημα.

Παρόμοια, ωφελείται και ο τομέας των μεταφορών που αναλαμβάνει τις μετακινήσεις των τουριστών από και προς τις τουριστικές εγκαταστάσεις αλλά και τις άλλες ανάγκες μεταφοράς όπως οι περιηγήσεις και οι εκδρομές.

Επίσης κάθε είδους επιχείρηση που προσφέρει διασκέδαση ή είδη αγορών και βρίσκεται περιμετρικά των ξενοδοχείων θα προσελκύσει τους ξενοδοχειακούς επισκέπτες που θα αναζητήσουν τοπικά προϊόντα ή διαφορετικές εμπειρίες.

Η άνοδος ωστόσο της τουριστικής κίνησης θέτει ορισμένα ζητήματα και κάποιες προκλήσεις για την μελλοντική εξέλιξη του κλάδου.

Ειδικότερα, καθοριστική είναι η σημασία της ορθής διαχείρισης των τουριστικών ροών έτσι ώστε να ικανοποιηθεί η αυξημένη ζήτηση και εάν είναι δυνατόν να μεταφερθεί από τους προορισμούς όπου υπερκαλύπτεται η φέρουσα ικανότητα φιλοξενίας.

Στην κατεύθυνση αυτή μπορούν να παρθούν διάφορα μέτρα όπως ιδίως η καλύτερη κατανομή των επισκεπτών ανά προορισμό με την ανάπτυξη και σωστή διαχείριση των διαφορετικών μορφών τουρισμού. Ως παράδειγμα θα αναφέρουμε τον συνεδριακό τουρισμό ο οποίος αποτελεί έναν ταχύτατα αναπτυσσόμενο τουριστικό κλάδο που προσφέρει συγκριτικά πλεονεκτήματα (Λαλούμης, 2014).

2.4. Ανάπτυξη τουριστικών περιοχών

Ανάλογα με τους φυσικούς πόρους, το φυσικό κάλλος, το κλίμα και το πολιτισμικό της παρελθόν, μία περιοχή μπορεί να εξελιχθεί σε τουριστικό προορισμό. Αυτό συνέβη μεταπολεμικά σε αρκετές τοποθεσίες στην Ελλάδα που δέχτηκαν τους πρώτους επισκέπτες ήδη από την 1950 και όταν εξαπλώθηκε ο μαζικός τουρισμός ήταν ήδη γνωστές. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Ρόδου που ήταν ήδη γνωστή και σήμερα συνεχίζει να αποτελεί έναν δημοφιλή προορισμό.

Σε αυτές τις περιοχές αρχικά αναπτύσσονται οι βασικές ξενοδοχειακές υποδομές που καλύπτουν ποιοτικά τις βασικές ανάγκες. Κατόπιν εμφανίζεται το φαινόμενο της παραξενοδοχίας με τα χαμηλού κόστους καταλύματα.

Κάποιες φορές διερχόμενοι τουρίστες ανακαλύπτουν ορισμένες περιοχές και τις συστήνουν στον περίγυρό τους. Σταδιακά αρχίζει να αναπτύσσεται σε αυτές ενδιαφέρον από τουρίστες χαμηλού οικονομικού προφίλ και οι επισκέψεις τους αρχίζουν να πιέζουν το κράτος στην κατεύθυνση της δημιουργίας υποδομών ενώ οι κάτοικοι νοικιάζουν χώρους εντός των σπιτιών τους.

Η εκδήλωση της ζήτησης στην περιοχή προσελκύει επιχειρηματίες που αρχικά επενδύουν σε επιχειρήσεις με προϊόντα όπως τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης. Στη συνέχεια εμφανίζονται επενδυτές που ιδρύουν ξενοδοχεία και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις όπως γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, τουριστικά γραφεία κλπ. Στις περιοχές με αυξημένη ζήτηση η πώληση στις ξενοδοχειακές αγορές είναι εύκολη. Σε αυτές τις περιπτώσεις οι ξενοδόχοι διατηρούν υψηλή τιμολόγηση εάν όμως για κάποιο λόγο χαθεί το ενδιαφέρον για αυτές τις περιοχές τότε η πληρότητά τους εξαρτάται ως επί το πλείστον από τους χονδρεμπόρους του τουρισμού που έχουν πλέον την δυνατότητα να επιβάλλουν τους όρους και τις τιμές που επιθυμούν.

Οι περιοχές που έχουν τις καλύτερες προοπτικές να αναπτυχθούν τουριστικά αλλά και να διατηρηθούν ως τουριστικοί προορισμοί είναι εκείνες που εκτός από τα φυσικά θέλγητρα είναι και προσβάσιμες ενώ ταυτόχρονα προσφέρουν δυνατότητες μετάβασης σε άλλα κέντρα.

Πιο συγκεκριμένα, το πλέον γρήγορο μέσο μεταφοράς σήμερα είναι το αεροπλάνο και οι τουρίστες φαίνεται να το προτιμούν δεδομένης της αύξησης της κίνησης σε όλα τα αεροδρόμια. Έτσι, η μεγάλη απόσταση ενός ξενοδοχείου από το αεροδρόμιο φαίνεται πως είναι αποτρεπτική.

Επίσης, ένα ποιοτικό οδικό δίκτυο επιτρέπει την πραγματοποίηση εκδρομών και αποτελεί πλεονέκτημα.

Παραπέρα, η ύπαρξη καϊκιών, ταχύπλοων ή μικρών караβιών που προσφέρουν την δυνατότητα μεταφοράς σε κοντινές παραλίες και παραθαλάσσιες περιοχές αναβαθμίζει τουριστικά την τοποθεσία.

Συνολικά μια τοποθεσία ολοκληρώνεται τουριστικά καθώς οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πλαισιώνονται από άλλες που αναπτύσσουν συμπληρωματικές δραστηριότητες. Έτσι, ένα ξενοδοχείο θα προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες εάν έχει γύρω του επιχειρήσεις διασκέδασης, εστιατόρια, γραφεία ενοικίασεως

αυτοκινήτων ή δικύκλων, επιχειρήσεις αθλητικών δραστηριοτήτων, πρακτορεία οργάνωσης εκδρομών κλπ.

Αντίστοιχα, οι παραπάνω επιχειρήσεις θα αναπτυχθούν και θα διατηρηθούν εφόσον υπάρχουν κοντά τους ξενοδοχεία από τα οποία θα προέλθει η πελατεία τους.

Συμπερασματικά, η ανάπτυξη ξενοδοχειακών επιχειρήσεων οδηγεί στην αύξηση της τουριστικής επιχειρηματικότητας στην περιοχή και στην δημιουργία μιας σειράς επιχειρήσεων που προσφέρουν ποικιλία τουριστικών προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ – ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

3.1. Ορισμοί

Με τον όρο τουριστική επιχείρηση περιγράφουμε μια οικονομική μονάδα που δραστηριοποιείται παράγοντας, προωθώντας και παρέχοντας τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις αυτού του είδους χρησιμοποιούν τους παραγωγικούς συντελεστές που έχουν στη διάθεσή τους προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους που ως επί το πλείστον είναι τουρίστες (Σιταράς & Τζένος, 2007). Η παρούσα εργασία θα ασχοληθεί με ένα συγκεκριμένο τομέα τουριστικών επιχειρήσεων, τις ξενοδοχειακές.

Όπως περιγράφεται στον Νόμο 4276 ΦΕΚ Α 155/30.07.2014, τουριστικά καταλύματα συνιστούν εκείνες οι τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τους ταξιδιώτες και τους παρέχουν διαμονή καθώς επίσης και άλλες υπηρεσίες όπως ψυχαγωγία, ευεξία, εστίαση, αναψυχή.

Παραπέρα, οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις διακρίνονται σε:

α) Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

αα) Ξενοδοχεία. Πρόκειται για εγκαταστάσεις που παρέχουν διαμονή διαθέτοντας ως χώρους διανυκτέρευσης δωμάτια με λουτρό. Επίσης διαθέτουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, χώρους παραμονής για τους πελάτες και αίθουσα όπου παρέχεται τουλάχιστον πρωινό γεύμα.

ββ) Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις. Αυτές αποτελούν κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα που βρίσκονται στην ύπαιθρο και μπορούν να περιέχουν ή όχι οικίσκους. Σε κάθε περίπτωση, παρέχουν διαμονή, εστίαση και αναψυχή σε τουρίστες που έχουν ή δεν έχουν στην κατοχή τους μέσα κατασκήνωσης και μεταφοράς όπως τροχόσπιτα, σκηνές κλπ

γγ) Ξενώνες φιλοξενίας νέων, οι οποίοι είναι κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα που βρίσκονται εντός του σχεδίου πόλεως και σε οικισμούς.

δδ) Σύνθετα τουριστικά καταλύματα η ανέγερση των οποίων μπορεί να είναι σε συνδυασμό με τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες ή με εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής.

εε) Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας, τα οποία μπορεί να είναι τριών, τεσσάρων ή πέντε αστερών και βρίσκονται εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεως και μέσα στα όρια οικισμών πριν από το έτος 1923 ή με λιγότερους από δύο χιλιάδες κατοίκους.

β) Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

- αα) Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις που είναι μονοκατοικίες επιφάνειας τουλάχιστον ογδόντα τ.μ
- ββ) Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες με επιφάνεια τουλάχιστον σαράντα τ.μ
- γγ) Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια τα οποία διαθέτουν χώρο διανυκτέρευσης και λουτρό
- γ) Τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν σε κτίρια αρχιτεκτονικής κληρονομιάς

3.2. Οι στόχοι της ξενοδοχειακής επιχείρησης

Τα ξενοδοχεία ακολουθούν τους ίδιους κανόνες οικονομικής δραστηριότητας με κάθε άλλη επιχείρηση. Ο βασικός στόχος τους συμπίπτει με εκείνον των υπόλοιπων επιχειρήσεων δηλαδή την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού κέρδους και σε αυτή την κατεύθυνση επιδιώκουν τον κατάλληλο συνδυασμό των διαθέσιμων πόρων, τόσο υλικών όσο και ανθρώπινων.

Παραπέρα, διαμορφώνονται και κάποιοι επιμέρους στόχοι που κατά βάση εξυπηρετούν τον προηγούμενο και καθορίζουν την οργάνωση της επιχείρησης. Αυτοί είναι:

- α) Η αναζήτηση των αναγκών των εν δυνάμει πελατών
- β) Η δημιουργία του ιδανικού προϊόντος, είτε αυτό είναι δωμάτιο, εστιατόριο, μπαρ ή κάποια υπηρεσία
- γ) Η διαχείριση της πάγιας περιουσίας της επιχείρησης και των κυκλοφορούντων αναλώσιμων και χρημάτων
- δ) Η οικονομική διαχείριση της επιχείρησης και ο σχεδιασμός οικονομικής πολιτικής
- ε) Η διοίκηση του ανθρώπινου δυναμικού

Η πραγματοποίηση κερδών στον ξενοδοχειακών κλάδων απαιτεί βαθιά γνώση του επαγγέλματος και ικανούς επιχειρηματίες καθώς είναι συχνό φαινόμενο η ύπαρξη υπερχρεωμένων ξενοδοχείων που λειτουργούν με ζημιές.

3.3. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διακρίνονται σε διαφορετικούς λειτουργικούς τύπους ανάλογα με τον τόπο όπου βρίσκονται ή το κοινό στο οποίο απευθύνονται ή και άλλα ακόμη κριτήρια.

Έτσι ανάλογα με τον τόπο όπου είναι εγκατεστημένο ένα ξενοδοχείο μπορεί να είναι αστικού, ορεινού ή παραθαλάσσιου τύπου.

Αντίστοιχα, σε σχέση με την θέση εγκατάστασής του μπορεί να είναι κεντρικό, περιφερειακό, αυτοκινητόδρομου ή παραλιακό.

Υπάρχουν επίσης τα επονομαζόμενα μοτέλ ή ξενοδοχεία αεροδρομίου που προσφέρουν διαμονή σε όσους κάνουν χρήση συγκεκριμένων μεταφορικών μέσων. Διακρίνονται επίσης σύμφωνα με το ιδιοκτησιακό τους καθεστώς και το Μάνατζμεντ σε ανεξάρτητα, αλυσίδες και ομίλους.

Επίσης, η δυναμικότητα του ξενοδοχείου σε κλίνες το κατατάσσει σε μικρό, μεσαίο και μεγάλο.

Ακόμη, ο τύπος διαμονής ή transit σχετίζεται με την διάρκεια της επίσκεψης.

Παραπέρα, ο σκοπός της επίσκεψης έχει δημιουργήσει διαφορετικούς τύπους όπως τα επιχειρηματικά, τα διακοπών, τα συνεδριακά κλπ

Τέλος, ανάλογα με τις προδιαγραφές τους και την κατηγορία όπου ανήκουν χωρίζονται σε πολυτελείας έως Ε΄τάξης και από ένα αστέρι έως πέντε (Χατζηνικολάου, 2008).

Όπως κάθε επιχείρηση, έτσι και οι τουριστικές προκειμένου να λειτουργήσουν και να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους έχουν ανάγκη από κάποιο χώρο, τον απαραίτητο εξοπλισμό και το σχετικό ανθρώπινο δυναμικό.

Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός της επιχείρησης αποτελούν τα περιουσιακά της στοιχεία. Αυτή η περιουσία έχει αποκτηθεί με τα κεφάλαια που επενδύθηκαν, τα οποία μπορεί να είναι ίδια κεφάλαια, προϊόν δανεισμού ή αδιανέμητα κέρδη. Τα κεφάλαια δηλαδή είναι η αποτίμηση των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε χρήμα.

Περαιτέρω, μπορούμε να διακρίνουμε ανάμεσα στο διαρκές κεφάλαιο και το κεφάλαιο κίνησης. Το πρώτο αναφέρεται στα πάγια περιουσιακά στοιχεία ενώ το κεφάλαιο κίνησης περιλαμβάνει τα κυκλοφορούντα αγαθά (Λαλούμης, 2015)

3.4. S.W.O.T Ανάλυση

Από τα παραπάνω κεφάλαια έχουμε στη διάθεσή μας αρκετά στοιχεία που μας επιτρέπουν να προχωρήσουμε σε μια ανάλυση S.W.O.T ώστε να επιτύχουμε μια στρατηγική επισκόπηση του κλάδου.

Θεωρούμε σκόπιμη την παράθεσή της δεδομένου ότι η ανάλυση S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) συνιστά σημαντικό εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο επιτρέπει την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης και διευκολύνει την υλοποίηση των στόχων που αυτή έχει θέσει. Τούτο το πετυχαίνει καταδεικνύοντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης όπως αυτά έχουν αναπτυχθεί στο εσωτερικό της περιβάλλον καθώς και την θέση των ανταγωνιστών της όπως αυτή προκύπτει από το εξωτερικό της περιβάλλον. Η γνώση των παραπάνω επιτρέπει στη διοίκηση καλύτερη εποπτεία και έλεγχο των ζητημάτων που μπορούν να επηρεάσουν την οικονομική δραστηριότητα της ξενοδοχειακής μονάδας.

Δυνατά σημεία

- Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα διαθέτουν συγκριτικό πλεονέκτημα ως προς το τοπίο, το κλίμα και την πολιτιστική παράδοση. Ειδικά ως προς την τοποθεσία η Ελλάδα κατατάσσεται στην 6^η θέση συνολικά καθιστώντας τις ξενοδοχειακές της μονάδες εξαιρετικά ανταγωνιστικές.

Παραπέρα, το μεσογειακό κλίμα επιτρέπει την ανάπτυξη της φυσικής ομορφιάς και έχει οδηγήσει στην δημιουργία της ιδιαίτερης μεσογειακής διατροφής. Ακόμη, ο ήλιος και οι αναρίθμητες ακρογιαλιές έχουν καθιερώσει το προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα» (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2022)

- Επιπλέον, στη δυναμική του κλάδου συμβάλλει η ύπαρξη των άρτιων οδικών, ακτοπλοϊκών και εναέριων δικτύων που επιτρέπουν την πρόσβαση σε όλους τους προορισμούς (Τράπεζα της Ελλάδος, 2021)
- Παραπέρα, η Ελλάδα ανήκει στους οικονομικούς προορισμούς και αυτό καθιστά τον ξενοδοχειακό της κλάδο από τους πιο ανταγωνιστικούς στην μεσόγειο. Δεν είναι τυχαίο ότι μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα είχε την πιο γρήγορη ανάκαμψη σε σχέση με άλλους μεσογειακούς προορισμούς (Τράπεζα της Ελλάδος, 2016)
- Επίσης, τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα διαθέτουν άρτιες δομές και παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες ενώ τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται μονάδες τεσσάρων και πέντε αστέρων που αναβαθμίζουν ακόμη περισσότερο το ξενοδοχειακό προϊόν.
- Συμπληρωματικά θα πρέπει να προστεθεί ότι η Ελλάδα ενδείκνυται και γίνονται προσπάθειες ανάπτυξης για εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αυτό σημαίνει ότι ο

ξενοδοχειακός κλάδος μπορεί να επωφεληθεί από τη συγκεκριμένη εξέλιξη επεκτείνοντας ακόμη περισσότερο την λειτουργία του.

- Τέλος, στην Ελλάδα λειτουργούν πλήθος τουριστικών σχολών ενώ οι τουριστικές σπουδές υπάρχουν και σε πανεπιστημιακό επίπεδο όπου παρέχονται και σημαντικά μεταπτυχιακά προγράμματα. Αυτό σημαίνει ότι ο κλάδος μπορεί να επωφεληθεί από τις γνώσεις και την εξειδίκευση των αποφοίτων έτσι ώστε να αναβαθμίσει ακόμη περισσότερο την λειτουργία του.

Αδύνατα σημεία

- Μία από τις βασικές αδυναμίες της φιλοξενίας στην χώρα αποτελεί ταυτόχρονα και δυνατό σημείο για τον τουριστικό κλάδο συνολικά. Πρόκειται για την προώθηση του μοντέλο «Ηλιος και Θάλασσα» που τείνει να καθιερώσει την Ελλάδα σαν έναν καλοκαιρινό προορισμό. Δεδομένης μάλιστα της επιτυχίας αυτής της καμπάνιας ο κλάδος αντιμετωπίζει υπέρμετρη προσέλευση τους καλοκαιρινούς μήνες σε σημείο που ξεπερνά την φέρουσα ικανότητά του και αδρανεύει ή υπολειτουργεί τον υπόλοιπο χρόνο.
- Συνεπεία των παραπάνω, η εποχικότητα του κλάδου αποθαρρύνει πολλούς από αυτούς που έχουν τα προσόντα ή και τις κατάλληλες σπουδές να απασχοληθούν στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και αν το κάνουν θα επιδιώξουν να εργαστούν σε ξενοδοχεία πόλεως που προσφέρουν ετήσια απασχόληση. Το παραπάνω σε συνδυασμό με την διετή αδράνεια των ξενοδοχείων την περίοδο της πανδημίας οδήγησε στο φαινόμενο της αδυναμίας εύρεσης προσωπικού.
- Παραμένοντας στο θέμα του ανθρώπινου δυναμικού, συνιστά βασική αδυναμία το γεγονός ότι παρά την ύπαρξη σχολών και αποφοίτων με εξειδίκευση υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός ξενοδοχειακών μονάδων λειτουργούν ως οικογενειακές επιχειρήσεις. Αυτές στελεχώνονται από τα μέλη της οικογένειας τα οποία συχνά δεν έχουν τον επαγγελματισμό και την ειδική εκπαίδευση που απαιτεί η αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες.
- Παραπέρα, αδύνατο σημείο για τον κλάδο αποτελεί η εξάρτησή του από τους τουριστικούς πράκτορες, τους μεγάλους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς που παρεμβαίνουν σημαντικά τόσο στη διαμόρφωση της τουριστικής κίνησης όσο και των τιμών. Ενδεικτικά σημειώνεται ότι η Thomas Cook είχε συνεργαστεί με 1.193 ξενοδοχεία από τα συνολικά 9.917 της χώρας τα οποία συνιστούν το 12% του συνόλου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα (ΙΤΕΠ,20019)

Ευκαιρίες

- Σε ό,τι αφορά τις ευκαιρίες για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα η σημαντικότερη ίσως εξ αυτών είναι η προσπάθεια προώθησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού που εξελίσσεται στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη του μπορεί να επεκτείνει την εποχικότητα των ξενοδοχείων και ενδεχόμενα να επιτύχει και την ετήσια λειτουργία τους.
- Ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν στα πλαίσια εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός έχουν την ευκαιρία να λάβουν χρηματοδότηση για την λειτουργία και την επέκτασή τους απορροφώντας πόρους που διατίθενται σε περιφερειακό, τοπικό ή και ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Ευκαιρία θα θεωρήσουμε επίσης και την αναβάθμιση πολλών ξενοδοχείων που επίσης μπορεί να έχει πρόσβαση σε πόρους που διανέμονται από εθνικά προγράμματα και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Μετά το 2016 έχουν τεθεί σε ισχύ αναπτυξιακοί νόμοι που υποστηρίζουν την αλλαγή κατηγορίας και την αναβάθμιση των ξενοδοχείων.
- Τέλος, σημαντικά οφέλη αποκομίζει ο ξενοδοχειακός κλάδος από τις επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες που οργανώνει τα τελευταία χρόνια ο ΕΟΤ. Η χώρα έχει αποκτήσει διεθνή προβολή και το σλόγκαν «Ηλιος και Θάλασσα» προσελκύει ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο.

Απειλές

- Η βασικότερη απειλή για τον ξενοδοχειακός επιχειρήσεις είναι διαχρονικά η οικονομική συγκυρία. Αυτό συμβαίνει γιατί ο οικονομικός παράγοντας είναι αυτός που καθορίζει στο μεγαλύτερο βαθμό την τουριστική κίνηση κάτι το οποίο καταδείχτηκε παραπάνω με την περιγραφή της τουριστικής δραστηριότητας στην περίοδο της οικονομικής κρίσης.
- Οι πολιτικές αναταραχές, είτε προέρχονται από το εσωτερικό είτε από το εξωτερικό της χώρας, επίσης μπορούν να απειλήσουν την οικονομική δραστηριότητα γενικά και τον ξενοδοχειακό κλάδο ειδικότερα. Αυτό άλλωστε το βίωσε ο ελληνικός τουρισμός τα διαστήματα των αλληπάλληλων εκλογικών αναμετρήσεων και της πολιτικής αβεβαιότητας.
- Ο ανταγωνισμός επίσης συνιστά δυνητική απειλή. Στην τουριστική αγορά της Μεσογείου η Ελλάδα καταλαμβάνει την τέταρτη θέση μετά από την Ισπανία, την Ιταλία και την Τουρκία.

- Ακόμη, μια δυνητική απειλή συνιστά η έλλειψη ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Πρόκειται για μία παράμετρο που, όπως αναλύεται και αλλού σε αυτή την εργασία, εμφανίστηκε ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης και της συγκυρίας που προκάλεσε η υγειονομική κρίση του κορωνοϊού.
- Τέλος, το ζήτημα της χρηματοδότησης μπορεί να αποτελέσει απειλή. Καθώς η οικονομία είναι ακόμη εύθραυστη και τα τραπεζικά ιδρύματα δεν επανήλθαν ποτέ στην ευρωστία του παρελθόντος είναι δυνατόν μια επιχείρηση να δυσκολευτεί στην εύρεση κεφαλαίων που θα της επιτρέψουν να αντιμετωπίσει οικονομικές ανάγκες, να εξελιχθεί ή ακόμη και να επιβιώσει.

3.5. Προϋποθέσεις εισόδου στον κλάδο

Οι κλάδοι που χαρακτηρίζονται από υψηλούς κύκλους εργασιών και αυξημένη κερδοφορία προσελκύουν μεγάλο αριθμό νέων επιχειρήσεων. Αυτό είναι αναμενόμενο καθώς οι καλές αποδόσεις αποτελούν ισχυρό κίνητρο για όσους φιλοδοξούν να δραστηριοποιηθούν στον χώρο των επενδύσεων. Επενδύοντας λοιπόν σε έναν αναπτυσσόμενο κλάδο ελπίζουν ότι θα δημιουργήσουν μία αποδοτική επιχείρηση και θα επιτύχουν αυξημένα κέρδη.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα έναν τομέα που υπόσχεται μελλοντικές αποδόσεις και αυξημένα ποσοστά κέρδους.

Ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, παρά την ύφεση που γνώρισαν στην περίοδο της πανδημίας του κορωνοϊού, φαίνεται πως ανακάμπτουν και ανακτούν τα χαμένα κέρδη. Δείχνει λοιπόν να αρχίζει μια περίοδος κατά την οποία ο ξενοδοχειακός κλάδος θα αναπτυχθεί περαιτέρω.

Σε αυτή την περίπτωση βέβαια η μεταβολή της προσφοράς και η αύξηση του ανταγωνισμού θα έχουν επιπτώσεις που θα επηρεάσουν τόσο τις υφιστάμενες επιχειρήσεις όσο και τις νεοεισερχόμενες και αυτό είναι μία παράμετρος που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τον σχεδιασμό της επένδυσης.

Παραπέρα, γίνεται αντιληπτό ότι τα κεφάλαια που απαιτούνται προκειμένου να εισέλθει στον κλάδο μια νέα επιχείρηση είναι υπερβολικά μεγάλα. Το κόστος της γης η ανέγερση των κτιρίων, ο εξοπλισμός και το ανθρώπινο δυναμικό που χρειάζεται να απασχοληθεί απαιτούν τεράστια επένδυση. Παρόμοια, μεγάλα είναι και τα κεφάλαια που χρειάζονται προκειμένου να καλυφθούν τα σταθερά κόστη, τα έξοδα δηλαδή που υπάρχουν ανεξάρτητα από το αν η επιχείρηση πουλάει ή όχι υπηρεσίες. Ειδικότερα,

απαιτείται υψηλή ρευστότητα για την συντήρηση των παγίων, του εξοπλισμού, των αποσβέσεων, των δανείων, των τόκων κλπ

Συμπερασματικά θα λέγαμε λοιπόν ότι μολονότι ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα αποτελεί έναν πολλά υποσχόμενο τομέα η είσοδος σε αυτόν αποτελεί μεγάλη πρόκληση καθώς υπάρχουν αντικειμενικές οικονομικές δυσκολίες και περιορισμοί.

3.6. Χρηματοδότηση

Για την ίδρυση και την οικονομική δραστηριοποίηση της η επιχείρηση διαθέτει κεφάλαια τα οποία είναι λογιστικά καταγεγραμμένα στο Παθητικό της και η επιχείρηση θα τα διαθέσει για να αποκτήσει στοιχεία Ενεργητικού.

Στο σημείο αυτό να διευκρινιστεί ότι το ενεργητικό της επιχείρησης αποτυπώνει τα περιουσιακά στοιχεία που αυτή έχει στην κατοχή της. Πρόκειται δηλαδή για οικονομικά αγαθά τα οποία μπορούν να αποτιμηθούν αντικειμενικά σε χρηματικές μονάδες και τα οποία είναι απαραίτητα για την εκπλήρωση του σκοπού της επιχείρησης.

Αντίστοιχα, το παθητικό περιλαμβάνει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τους ιδιοκτήτες και προς τρίτους. Αναφέρεται δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο χρηματοδοτήθηκε το ενεργητικό. Έτσι, μια επιχείρηση κατά την ίδρυσή της διαθέτει ορισμένο κεφάλαιο που είτε αποκτήθηκε με δανεισμό είτε αποτελεί προσωπική περιουσία του ενός ή περισσότερων ιδιοκτητών της.

Γενικότερα, η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων ως έννοια αφορά την σύνθεση και τον συνδυασμό του συνόλου των επιχειρηματικών λειτουργιών και αποφάσεων οι οποίες στοχεύουν στην καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των εταιρικών κεφαλαίων. Ο σκοπός λοιπόν της χρηματοδότησης συνάδει με τον αντικειμενικό σκοπό της εκάστοτε επιχείρησης ως χρηματοοικονομικής μονάδας και συνεπώς ταυτίζεται με την αύξηση των κερδών και την μεγιστοποίηση της αξίας της. Άρα το ζητούμενο σε κάθε περίπτωση είναι το βέλτιστο οικονομικό αποτέλεσμα (Θάνος, 2017).

3.7. Είδη χρηματοδοτικών αποφάσεων

Ανάλογα με τον λόγο που τις υπαγορεύει και τον σκοπό που εξυπηρετούν, οι χρηματοδοτικές αποφάσεις μπορούν να διακριθούν σε: α) Επενδυτικές, β) Χρηματοοικονομικές και γ) Αποφάσεις πολιτικής των κερδών

Επενδυτικές αποφάσεις

Οι αποφάσεις αυτές αφορούν την επένδυση κεφαλαίων σε περιουσιακά στοιχεία μακροχρόνιας ή βραχυχρόνιας διάρκειας με σκοπό την αύξηση του ενεργητικού. Πρόκειται για επενδύσεις που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση είτε για διάστημα άνω του ενός έτους, όπως είναι τα μηχανήματα και τα κτίρια, είτε σε μικρότερο χρονικό ορίζοντα όπως τα αποθέματα και τα αξιόγραφα.

Είναι αυτονόητο ότι επενδύσεις τέτοιου είδους γίνονται με στόχο την αύξηση των κερδών και τις μεγαλύτερες μελλοντικές αποδόσεις. Τα μελλοντικά αυτά οφέλη μπορεί να είναι υπολογίσιμα και ακριβή ή να χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα. Γενικά οι επενδυτικές αποφάσεις ενέχουν έναν βαθμό κινδύνου και για αυτό κατά τη λήψη τους θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή σε ορισμένες παραμέτρους όπως το ύψος της επένδυσης, ο χρόνος πραγματοποίησής της και η δυνατότητα συνδυασμού επενδυτικών επιλογών.

Χρηματοοικονομικές αποφάσεις

Πρόκειται για αποφάσεις που θα καθορίσουν το ύψος, το είδος και την σύνθεση των επιχειρησιακών κεφαλαίων με τα οποία θα χρηματοδοτηθεί το ενεργητικό της επιχείρησης. Παράλληλα, η λήψη τέτοιων αποφάσεων οφείλει να επιδιώκει την μεγιστοποίηση του οικονομικού αποτελέσματος, την αύξηση της αξίας της εταιρείας και την εξασφάλιση ικανοποιητικής ρευστότητας.

Οι χρηματοοικονομικές αποφάσεις είναι αυτές που καθορίζουν το ύψος των κεφαλαίων τους παθητικού, την σχέση ανάμεσα στην καθαρή περιουσία και τις υποχρεώσεις καθώς και τα ποσοστά συμμετοχής των διαφόρων ειδών κεφαλαίων εάν θα πρόκειται δηλαδή για μακροπρόθεσμα ή βραχυπρόθεσμα, ομολογιακά ή ενυπόθηκα δάνεια κλπ.

Οι χρηματοοικονομικές αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται μετά από προσεκτική εξέταση των επενδυτικών ευκαιριών καθώς η χρηματοδότηση οφείλει να στοχεύει στην επένδυση. Στην κατεύθυνση αυτή θα πρέπει να ελέγχονται με προσοχή ο βαθμός κινδύνου της επένδυσης, το μικρότερο δυνατό κόστος της χρηματοδότησης, η επωφελέστερη διάρκεια της τοποθέτησης, η υψηλότερη αποδοτικότητα των επενδυμένων κεφαλαίων και η επιλογή της νομισματικής μονάδας δανείου, αυτής δηλαδή με το καλύτερο επιτόκιο και τον μικρότερο βαθμό κινδύνου.

Αποφάσεις πολιτικής κερδών

Αυτού του είδους οι αποφάσεις αναφέρονται στον τρόπο με τον οποίο γίνεται η διανομή των καθαρών κερδών για κάθε οικονομική χρήση και σε κάθε κατηγορία δικαιούχων.

Ειδικότερα, αφού αφαιρεθούν από τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης οι φορολογικές της υποχρεώσεις και οι διάφορες εισφορές, γίνεται διανομή του υπολοίπου στους μετόχους, στα τυχόν αποθεματικά, σε υπόλοιπο κερδών είς νέον και σε πληρωμές αμοιβών στα μέλη του διοικητικού συμβουλίου.

Ο τρόπος με τον οποίο θα διανεμηθούν τα κέρδη καθορίζεται τόσο από την σχετική νομοθεσία όσο και από τις προβλέψεις του καταστατικού της εταιρείας και τις αποφάσεις των μετόχων όπως αυτές λαμβάνονται στη γενική συνέλευση. Είναι σαφές ότι οι επιδιωκόμενοι σκοποί θα επηρεάσουν την παραπάνω διαδικασία και οι αποφάσεις που θα ληφθούν θα είναι ανάλογες με το αν η επιχείρηση προτίθεται να προσέλκυση επενδυτές, να ενισχύσει την κεφαλαιακή της βάση ή να ανασυγκροτηθεί και να επεκταθεί (Θάνος,2017).

3.8. Εσωτερικές πηγές χρηματοδότησης

α) Μετοχικό κεφάλαιο: Ο όρος περιγράφει την σταθερή μαθηματική ποσότητα η οποία παρατίθεται στο καταστατικό της εταιρείας με τη μορφή απόλυτου αριθμού, αντιστοιχεί σε ορισμένη ποσότητα χρήματος που αποτελεί την αξία της καθαρής περιουσίας που βρίσκεται στη διάθεση της εταιρείας και θα εξακολουθεί να παραμένει σε αυτή καθόλη τη διάρκεια της λειτουργίας της (Παμπούκης,1990).

Το μετοχικό κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μερίδια τα οποία ονομάζονται μετοχές. Το άθροισμα της αξίας του συνόλου των μετοχών ισούται με το κεφάλαιο. Το μετοχικό κεφάλαιο μαζί με τα αποθεματικά κεφάλαια αποτελούν τα «ίδια κεφάλαια» της εταιρείας (Αντωνόπουλος, 2006).

Όπως προαναφέρθηκε, το μετοχικό κεφάλαιο συνιστά την περιουσία που βρίσκεται στην διάθεση της εταιρείας κατά την ίδρυσή της και θα πρέπει να παραμείνει για όλο το διάστημα του βίου της.

Αυτό σημαίνει ότι η εταιρική περιουσία θα πρέπει να αποτιμάται σε αξία τουλάχιστον ίση με το μετοχικό κεφάλαιο.

Κατά συνέπεια, δεν επιτρέπεται να αποδίδεται στους μετόχους περιουσία σε βάρος των περιουσιακών στοιχείων που καλύπτουν το κεφάλαιο και εφόσον με αυτόν τον τρόπο υπάρχει κίνδυνος η αξία της καθαρής περιουσίας να πέσει κάτω από αυτήν του κεφαλαίου.

Η παραπάνω υποχρέωση στοχεύει τόσο στην προάσπιση του εταιρικού σκοπού όσο και στην προστασία των τρίτων που δανείζουν την εταιρεία. Ειδικότερα, στην

ανώνυμη εταιρεία οι μέτοχοι δεν φέρουν ευθύνη για τις υποχρεώσεις της και η εταιρεία είναι η μόνη υπεύθυνη απέναντι στους δανειστές της. Για την αποτελεσματικότερη προστασία των τελευταίων λοιπόν, ο νόμος προβλέπει ότι η εταιρεία οφείλει να διατηρεί ορισμένη σταθερή καθαρή περιουσία που θα την καλύπτει έναντι των κινδύνων που ακολουθούν την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας.

Αυτό επιτυγχάνεται με τον θεσμό του μετοχικού κεφαλαίου ο οποίος διασφαλίζει την ύπαρξη περιουσίας ίσης αξίας σε όλη τη διάρκεια της οικονομικής λειτουργίας της επιχείρησης (Παμπούκης,1990).

3.9. Εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης

α) Αύξηση μετοχικού κεφαλαίου: Αποτελεί βασικό εργαλείο χρηματοδότησης και είτε συνεισφέρει νέα οικονομικά μέσα είτε κεφαλαιοποιεί το παθητικό της επιχείρησης. Και στις δύο περιπτώσεις η εταιρική περιουσία επεκτείνεται είτε γιατί αυξάνει το ενεργητικό της μέσω των νέων εισφορών είτε επειδή μειώνεται το παθητικό δια της κεφαλαιοποίησής του (Παμπούκης,1990)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

4.1. Το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα

Αφού αναλύσαμε τους λόγους που υπαγορεύουν την ανάγκη χρηματοδότησης μπορούμε να προχωρήσουμε στην παρουσίαση των εργαλείων που θα επιτρέψουν την υλοποίησή της. Κατά κύριο λόγο η άντληση χρηματοδότησης πραγματοποιείται μέσω των τραπεζικών ιδρυμάτων. Στο κεφάλαιο αυτό λοιπόν θα εξετάσουμε το ελληνικό τραπεζικό σύστημα τη διάρθρωσή του και τις δυνατότητες που προσφέρει.

Αρχικά να σημειωθεί ότι Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα λειτούργησε από το 1950 έως το 1980 στο πλαίσιο ενός έντονου κρατικού παρεμβατισμού. Αυτό σημαίνει ότι στην διάρκεια της συγκεκριμένης περιόδου το κράτος όριζε με πολιτικά κριτήρια τα χρηματοδοτικά επιτόκια και τις διάφορες πιστωτικές διαδικασίες.

Με αυτό τον τρόπο περιορίζονταν οι δυνατότητες ανάπτυξης πολλών επιχειρήσεων καθώς η γραφειοκρατία, οι στρεβλώσεις και η έλλειψη τεχνογνωσίας που χαρακτήριζαν το τραπεζικό σύστημα δεν τις επέτρεπαν την πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό.

Τράπεζα της Ελλάδος

Το 1927 το ελληνικό κράτος ίδρυσε την κεντρική τράπεζά του σύμφωνα με το πρωτόκολλο της Γενεύης της 15^{ης} Σεπτεμβρίου. Με το παραπάνω πρωτόκολλο χορηγούνταν στην Ελλάδα και ένα δάνειο εννέα εκατομμυρίων στερλινών. Το σκεπτικό ήταν ότι μέχρι εκείνη τη στιγμή το εκδοτικό προνόμιο ανήκε στην Εθνική Τράπεζα η οποία ωστόσο ήταν παράλληλα και εμπορική τράπεζα.

Η Κοινωνία των Εθνών που παρενέβη για την λήψη του είχε την άποψη ότι το εκδοτικό προνόμιο δεν συνάδει με την άσκηση εμπορικής δραστηριότητας. Έτσι η Εθνική Τράπεζα παρέμεινε εμπορική, παραιτούμενη από το εκδοτικό προνόμιο το οποίο δόθηκε στην νεοσύστατη Τράπεζα που ξεκίνησε τις εργασίες της τον Μάιο του 1928.

Από την ίδρυσή της η Τράπεζα της Ελλάδος ανέλαβε την ρύθμιση του τραπεζικού τοπίου και την διαφύλαξη της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας.

Μετά την είσοδο της Ελλάδας στην ευρωζώνη η Τράπεζα της Ελλάδος έγινε μέλος του ευρωσυστήματος που απαρτίζεται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και τις εθνικές τράπεζες των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχουν ως κοινό νόμισμα το ευρώ. Σε αυτό το πλαίσιο συμμετέχει στην διαμόρφωση της νομισματικής

πολιτικής στην ευρωζώνη και παράλληλα ασκεί εποπτεία στο ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα.

Στις αρμοδιότητές της ανήκει επίσης και η εποπτεία του συστήματος πληρωμών και των συστημάτων διακανονισμού καθώς έχουν ιδιαίτερη σημασία για την οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία των πολιτών.

Ειδικότερα, με τον όρο συστήματα πληρωμών περιγράφονται οι μηχανισμοί που είναι υπεύθυνοι για την μεταφορά χρηματικών ποσών στην βάση επίσημων τυποποιημένων διαδικασιών και κοινών κανόνων σχετικά με την επεξεργασία και τον διακανονισμό εντολών μεταβίβασης χρηματικών αξιών ανάμεσα στα συμμετέχοντα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Παράλληλα, τα συστήματα διακανονισμού αναφέρονται στην διαδικασία μεταφοράς χρεογράφων ανάμεσα στους λογαριασμούς των συμμετεχόντων. Οι τελευταίοι είναι πιστωτικά ιδρύματα, χρηματιστηριακές εταιρείες και άλλοι φορείς των αγορών (Τράπεζα της Ελλάδος)

Εμπορικές Τράπεζες

Τα πιστωτικά ιδρύματα που παρέχουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες είναι οι εμπορικές τράπεζες. Ο ρόλος τους είναι να μεσολαβούν ανάμεσα στις πλεονασματικές και τις ελλειμματικές μονάδες με στόχο την άντληση καταθέσεων και την παροχή δανείων.

Ο ελληνικός τραπεζικός τομέας ο οποίος απελευθερώθηκε την δεκαετία του '90 γνώρισε μεγάλη άνθιση την αμέσως επόμενη δεκαετία από το 2001 έως το 2010. Η ανάπτυξή του οφείλονταν και στην ισχυρή πιστωτική επέκταση που ήρθε ως αποτέλεσμα της φθηνής χρηματοδότησης και των χαμηλών επιτοκίων.

Μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση ωστόσο το 2008 ακολούθησε σημαντική αναδιάρθρωση στον εγχώριο τραπεζικό κλάδο. Έτσι έως τότε λειτουργούσαν στην χώρα 16 εμπορικές τράπεζες, 23 υποκαταστήματα ξένων τραπεζών, 3 θυγατρικές, 7 συνεταιριστικές και 7 ειδικοί πιστωτικοί οργανισμοί. Στη συνέχεια μέσα από συγχωνεύσεις και εξαγορές το τραπεζικό τοπίο άλλαξε ριζικά και σήμερα αριθμεί 4 μεγάλες τράπεζες (Εθνική Τράπεζα, Τράπεζα Πειραιώς, Alpha Bank και Eurobank), 11 δευτερεύουσες και 21 ξένα υποκαταστήματα (Βελεσιώτη , 2023).

4.2. Είδη χρηματοδοτικών πιστωτικών μέσων

Τραπεζικός δανεισμός

Ο πιο άμεσος τρόπος για να καλύψει μια επιχείρηση τις χρηματοδοτικές της ανάγκες είναι να στραφεί στον δανεισμό μέσω κάποιας τράπεζας. Τα τραπεζικά ιδρύματα προσφέρουν δύο είδη δανείων προς τις επιχειρήσεις:

α) Τα Κεφάλαια Κίνησης, τα οποία συνιστούν δανεισμό μικρής διάρκειας με στόχο την αύξηση της ρευστότητας μιας επιχείρησης έτσι ώστε να ανταπεξέλθει στην κάλυψη των βραχυπρόθεσμων αναγκών της. Αυτού του είδους η χρηματοδότηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αγορά εμπορευμάτων ή πρώτων υλών, για την πληρωμή των προμηθευτών και για την κάλυψη δαπανών που αφορούν το παραγωγικό συναλλακτικό κύκλωμα (Alpha Bank,2023)

β) Τα Μακροπρόθεσμα Δάνεια, τα οποία στοχεύουν στη χρηματοδότηση επενδυτικών προγραμμάτων και μπορούν να κατευθυνθούν στην δημιουργία εγκαταστάσεων και στην αγορά εξοπλισμού (Συνεταιριστική Τράπεζα Θεσσαλίας,2023).

γ) Τα Ομολογιακά Δάνεια εκδίδονται από μία εταιρεία και διαιρούνται σε ομολογίες που αντιστοιχούν σε δικαιώματα των αγοραστών τους έναντι του εκδότη σύμφωνα με τους όρους που προβλέπονται στο ίδιο το δάνειο. Εκδίδοντάς τα μια επιχείρηση αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλει στον αγοραστή τους την ονομαστική τους αξία και επιπλέον τους συμφωνημένους τόκους ανά τακτά χρονικά διαστήματα τα οποία έχουν επίσης καθοριστεί εξ αρχής.

Τα ομολογιακά δάνεια συνάπτονται προκειμένου να καλυφθούν οι επενδυτικές ανάγκες μιας επιχείρησης. Αφορούν όμως μόνο επιχειρήσεις με νομική μορφή ανώνυμης εταιρείας.

Ο ρόλος των τραπεζών στην σύναψη των συγκεκριμένων δανείων είναι ή αυτός του συμβούλου έκδοσης ή του ανάδοχου ή τέλος, για να αναλάβουν την κάλυψή τους.

δ) Η Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing) αναφέρεται στην παραχώρηση, έναντι μισθώματος, της χρήσεως κινητού πράγματος προκειμένου να εξυπηρετηθεί η επιχείρηση ή το επάγγελμα του αντισυμβαλλόμενου. Παράλληλα δίνεται η δυνατότητα αγοράς του πράγματος ή της ανανέωσης της μίσθωσης για ορισμένο διάστημα.

Το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα προβλέπει ότι η χρηματοδοτική μίσθωση μπορεί να ασκηθεί μόνο από Ανώνυμες Εταιρείες οι οποίες έχουν συσταθεί αποκλειστικά για αυτό τον σκοπό και εποπτεύονται από την Τράπεζα της Ελλάδος.

Χρηματοδοτική μίσθωση ασκούν, λόγω των υψηλών κεφαλαίων και της εμπειρίας πιστωτικής αξιολόγησης που απαιτούνται, οι ελληνικές τράπεζες οι οποίες έχουν ιδρύσει θυγατρικές εταιρείες που αναλαμβάνουν αυτή τη δραστηριότητα.

Το συγκεκριμένο χρηματοδοτικό μέσο απευθύνεται σε κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από τη νομική μορφή ή το μέγεθός της και σε κάθε επαγγελματία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο ΛΟΙΠΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

5.1. ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ-VENTURE CAPITAL

Τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών ή Κεφάλαια Επιχειρηματικού Κινδύνου ή Επιχειρηματικά Κεφάλαια Υψηλού Κινδύνου είναι επενδύσεις που χρηματοδοτούν είτε νεοφυείς επιχειρήσεις (start up companies) είτε παλαιότερες μη εισηγμένες επιχειρήσεις.

Πρόκειται για επενδύσεις υψηλού κινδύνου καθώς είναι μεσομακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις οι οποίες αναμένεται να αποδώσουν ικανοποιητικά σε διάστημα πέντε έως δέκα χρόνων. Η ύπαρξη κινδύνου είναι άλλωστε και ο λόγος για τον οποίο οι εταιρείες που στρέφονται στα venture capitals δεν βρίσκουν πρόσβαση σε παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης όπως είναι τα τραπεζικά δάνεια.

Ο επενδυτής που ενισχύει οικονομικά μια τέτοια επιχείρηση στην πράξη αποκτά μέρος του μετοχικού της κεφαλαίου.

5.2. ΕΤΕΑΝ

Το ΕΤΕΑΝ (Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης) είναι ένα ταμείο δημοσίου συμφέροντος με αναπτυξιακό χαρακτήρα και το οποίο λειτουργεί συμπληρωματικά σε σχέση με το εγχώριο χρηματοπιστωτικό σύστημα στοχεύοντας στην ενίσχυση των μικρομεσαίων και πολύ μικρών ελληνικών επιχειρήσεων

Το ΕΤΕΑΝ ιδρύθηκε με στόχο την τόνωση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με την δημιουργία νέων, καινοτόμων προγραμμάτων.

Σε αυτή την κατεύθυνση υποστηρίζει την πρόσβαση των επιχειρήσεων σε χρηματοδοτικά κεφάλαια προκειμένου να μπορέσουν να αναπτυχθούν (Υπουργείο Τουρισμού,2023).

5.3. Ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά μέσα

Σήμερα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιχειρεί να αντικαταστήσει τις εφάπαξ επιδοτήσεις με δάνεια που θα περιέχουν ευνοϊκούς όρους. Παράλληλα επισημαίνει την ανάγκη προσέλκυσης ιδιωτικών κεφαλαίων καθώς θεωρείται ότι αυτά αποτελούν εγγύηση της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων που θα χρηματοδοτήσουν.

Σε αυτή την κατεύθυνση έχουν διαμορφωθεί χρηματοδοτικά εργαλεία το βασικό χαρακτηριστικό των οποίων είναι ο πολλαπλασιαστικός χαρακτήρας των επενδυμένων κεφαλαίων.

Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για τα ακόλουθα χρηματοδοτικά μέσα:

α) Αρχικά το JEREMIE (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises) το οποίο απευθύνεται στις μικρομεσαίες και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Πρόκειται για μια χρηματοδοτική πρωτοβουλία που αφορά ένα ευρύ φάσμα προϊόντων όπως οι μικροπιστώσεις μέσω τραπεζών, η συμμετοχή στο κεφάλαιο της εταιρείας, η κάλυψη εγγυήσεων κλπ.

β) Επίσης το πρόγραμμα Jessica (Joint European Support for Sustainable Investment in City Areas) το οποίο υποστηρίζει βιώσιμες επενδύσεις σε αστικές περιοχές και πραγματοποιείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων σε συνδυασμό με την Τράπεζα Ανάπτυξης του Συμβουλίου της Ευρώπης. (Υπουργείο Τουρισμού, 2023).

Παραπέρα, οι επιχειρήσεις μπορούν να στραφούν στις εξής προσκλήσεις επιχορηγήσεων:

α) Στο πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» που εντάσσεται στο ΕΣΠΑ 2021-2027 υπάρχει η ανοικτή πρόσκληση της Δέσμης Δράσεων «Πράσινη Μετάβαση ΜμΕ» - Δράση 1 «Πράσινος Μετασχηματισμός ΜμΕ». Για το συγκεκριμένο πρόγραμμα μπορούν να είναι επιλέξιμα τα ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων, τα παραδοσιακά καταλύματα, οι ξενώνες φιλοξενίας και τα κάμπινγκ τριών αστέρων και πάνω.

β) Στο ίδιο πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του ΕΣΠΑ 2021-2027 είναι επίσης ανοικτή η πρόσκληση της Δέσμης Δράσεων «Πράσινη Μετάβαση ΜμΕ» - Δράση 2 «Παραγωγική Επένδυση ΜμΕ» (Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2023)

Αναπτυξιακός νόμος 4399/2016

Στο πλαίσιο της προσπάθειας ενίσχυσης των ιδιωτικών επιχειρήσεων, της περιφερειακής και της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας ψηφίστηκε ο νόμος 4299/2016. Η συγκεκριμένη ρύθμιση στοχεύει μεταξύ άλλων στην αύξηση της επιχειρηματικότητας την περαιτέρω ανάπτυξη των υφιστάμενων επιχειρήσεων και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας (Ν.4399/2016 ΦΕΚ 117 άρθρο 5, σελ1).

Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για ένα χρηματοδοτικό πρόγραμμα το οποίο προϋποθέτει την συμμετοχή του φορέα που πραγματοποιεί την επένδυση ως προς το είκοσι πέντε τοις εκατό του συνολικού χρηματικού ποσού που απαιτείται για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

Επιπλέον, προβλέπεται ένα ελάχιστο ύψος του επενδυτικού στοιχείου προκειμένου αυτό να είναι επιλέξιμο για την λήψη ενίσχυσης από το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Ειδικότερα, το ελάχιστο επιλέξιμο ύψος προσδιορίζεται ανάλογα με το μέγεθος του

φορέα. Έτσι, οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν με πεντακόσιες χιλιάδες (500.000) ευρώ, οι επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους, οι συνεταιρισμοί και οι επιχειρηματικές συστάδες του άρθρου 52 είναι επιλέξιμες για ενίσχυση ύψους διακοσίων πενήντα χιλιάδων (250.000) ευρώ, οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να λάβουν εκατόν πενήντα χιλιάδες (150.000) ευρώ και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις ενισχύονται με εκατό χιλιάδες (100.000) ευρώ.

Παραπέρα, η χρηματοδότηση μπορεί να αφορά είτε την δημιουργία μιας νέας επιχείρησης είτε την επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας. Ακόμη, είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθεί για την αγορά στοιχείων ενεργητικού μιας επιχείρησης που έχει κλείσει αρκεί να μην υπάρχει κάποια σχέση ανάμεσα στον πωλητή και τον επενδυτή ή να πρόκειται για απλή εξαγορά των μετοχών της επιχείρησης.

Επίσης, σύμφωνα με τη συγκεκριμένη ρύθμιση, δεν μπορούν να είναι δικαιούχοι της ενίσχυσης οι εξής: α) οι προβληματικές επιχειρήσεις όπως αυτές προσδιορίζονται στην παράγραφο 18 του άρθρου 2 Γ.Α.Κ και β) οι επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την υλοποίηση επενδυτικών σχεδίων τα οποία πραγματοποιούνται για το Δημόσιο βάσει αντίστοιχης σύμβασης εκτέλεσης έργου ή παροχής υπηρεσιών (ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4399, 2016).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

6.1. Ανθρώπινο κεφάλαιο και ανάπτυξη της επιχείρησης

Βασικό συστατικό μιας επιχείρησης το οποίο θα κρίνει σε μεγάλο βαθμό και την επιτυχία της πορείας της αποτελεί το ανθρώπινο κεφάλαιο. Με τον όρο ανθρώπινο κεφάλαιο περιγράφονται το σύνολο των γνώσεων, της εμπειρίας και των δεξιοτήτων που έχει συγκεντρωθεί ως αποτέλεσμα της επένδυσης σε εκπαίδευση, σε έρευνα και ανάπτυξη. Γίνεται αντιληπτό ότι στην εποχή της «οικονομίας της γνώσης» τα παραπάνω στοιχεία συνιστούν απαραίτητο υπόβαθρο για την επιχειρηματική ανάπτυξη. Πολύ περιγραφικά θα μπορούσε να ειπωθεί ότι το ανθρώπινο κεφάλαιο καταλαμβάνει στη συνάρτηση παραγωγής την θέση ενός αυξητικού για την εργασία παράγοντα. Στη συνέχεια, συνδυαζόμενο με τους άλλους παραγωγικούς συντελεστές θα ορίσουν το επίπεδο παραγωγής.

Γενικότερα, το ανθρώπινο κεφάλαιο αναφέρεται τόσο σε γνωστικές όσο και σε μη γνωστικές ικανότητες. Οι πρώτες περιλαμβάνουν το επίπεδο γνώσης, την εκπαίδευση που έχει αποκτηθεί και την γενικότερη παιδεία ενώ οι μη γνωστικές ικανότητες αφορούν τη σωματική και ψυχική υγεία των ατόμων, την εμπειρία και το ευρύτερο οικογενειακό και εργασιακό περιβάλλον. Μια επιχείρηση που επενδύει σε ανθρώπινο κεφάλαιο μέσω της εκπαίδευσης και της κατάρτισης θα έχει μελλοντικά εργαζόμενους με γνώσεις και δεξιότητες κάτι που θα είναι ωφέλιμο τόσο για αυτούς όσο και για την ίδια.

Σε αυτό το πλαίσιο είναι ιδιαίτερα σημαντική η προσαρμογή στην ψηφιακή εποχή και η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων. Η σύγχρονη οικονομία ενέχει κινδύνους για τον ψηφιακό αναλφαβητισμό και απαιτεί ψηφιακά «έξυπνους» εργαζόμενους. Ωστόσο, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της Eurostat, στην Ελλάδα το 2019 το ποσοστό του πληθυσμού που κατείχε βασικές ή πέρα από αυτές δεξιότητες δεν ξεπερνούσε το 51%. Τα παραπάνω δεδομένα φέρνουν την Ελλάδα στην 26^η θέση στον δείκτη ψηφιακής οικονομίας και κοινωνίας μεταξύ των 28 χωρών της ΕΕ. Καθώς λοιπόν η ψηφιακή εποχή θα προχωρά το εργασιακό περιβάλλον θα απαιτεί ολοένα και περισσότερο ψηφιακά καταρτισμένο εργατικό δυναμικό και μέχρι να αναλάβει την ανάπτυξη αυτών των δεξιοτήτων η εθνική εκπαιδευτική διαδικασία θα πρέπει οι επιχειρήσεις να αναλαμβάνουν την επιμόρφωση του προσωπικού τους (Τράπεζα της Ελλάδος, 2020)

6.2. Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων

Οι ανθρώπινοι πόροι είναι σημαντικό τμήμα κάθε επιχείρησης ωστόσο έχουν ιδιαίτερη σημασία στην ξενοδοχειακή επιχείρηση λόγω της αλληλεπίδρασης που υπάρχει ανάμεσα στο προσωπικό και στους πελάτες.

Στο ξενοδοχείο ο ανθρώπινος παράγοντας είναι εξαιρετικά σημαντικός καθώς υπάρχει η καθημερινή επαφή του με τους πελάτες.

Ιδιαίτερα όταν οι επισκέπτες προέρχονται από άλλες χώρες αναμένεται από τους ξενοδοχοϋπαλλήλους να μπορούν να διαχειριστούν τις ιδιαιτερότητες της διαφορετικής τους κουλτούρας καθώς επίσης να είναι σε θέση να τους βοηθήσουν στα σχετικά με την διαμονή τους ζητήματα.

Αυτό σημαίνει ότι το προσωπικό του ξενοδοχείου πέρα από το γεγονός ότι οφείλει να εκτελεί τα εργασιακά του καθήκοντα καλείται επίσης να προσφέρει στους επισκέπτες βοήθεια σχετικά με το πώς θα μετακινηθούν, ποιους χώρους θα επισκεφθούν, τι πρέπει να αποφύγουν και γενικά όλη τη γνώση που θα βοηθήσει κάποιον να έχει ευχάριστη διαμονή σε έναν άγνωστο τόπο.

Το προσωπικό που διαθέτει αυτές τις ικανότητες είναι βέβαιο ότι θα ικανοποιήσει τους πελάτες της επιχείρησης, θα αυξήσει την φήμη της και συνεπώς την κερδοφορία της. Εάν αντίθετα λείπει η ποιότητα στην εξυπηρέτηση σύντομα θα δημιουργηθούν προβλήματα που θα έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην οικονομική δραστηριότητα της επιχείρησης και ενδεχομένως να απειλήσουν και τη βιωσιμότητά της.

Με δεδομένα τα παραπάνω είναι πολύ σημαντική η επιλογή του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού και η στρατηγική τοποθέτηση του στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

Σε αυτό το σημείο υπεισέρχεται στη συζήτηση ο ρόλος της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού. Με τον συγκεκριμένο όρο περιγράφεται η διοικητική λειτουργία μιας επιχείρησης που σχετίζεται με τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού καθώς διαμορφώνει, κατευθύνει και εφαρμόζει όλες τις απαραίτητες γύρω από αυτό δραστηριότητες.

Σε αυτό το πλαίσιο, δίνεται ιδιαίτερη σημασία στον ανθρώπινο παράγοντα που θεωρείται το κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την επιτυχή πορεία της επιχείρησης (Μπουραντάς & Παπαλεξανδρή, 2003)

Βασικό λοιπόν καθήκον της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού είναι ο προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων. Πρόκειται για την διαδικασία μέσω της οποίας ελέγχονται και εξασφαλίζονται οι παρούσες αλλά και οι μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης για ανθρώπινο δυναμικό. Ο προγραμματισμός συνιστά μία από τις σπουδαιότερες δραστηριότητες της επιχείρησης και τον πυρήνα των εργασιών της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (Beardwell I&Holden L, 1997)

Πρόκειται δηλαδή για την προσπάθεια εύρεσης των κατάλληλων, ποιοτικά και ποσοτικά, συνεργατών οι οποίοι θα είναι ικανοί να επιτύχουν ένα ορισμένο επίπεδο παραγωγής ή υπηρεσιών. Παράλληλα, στο πλαίσιο του προγραμματισμού προσδιορίζονται τα καθήκοντα κάθε θέσης εργασίας καθώς επίσης τα προσόντα και οι δεξιότητες που αυτή απαιτεί (Κανέλλοπουλος, 2002)

Ο προγραμματισμός είναι μία δραστηριότητα που ξεκινά πριν την έναρξη των εργασιών της επιχείρησης και συνεχίζεται όσο αυτή εξακολουθεί να υπάρχει εξασφαλίζοντας την ποιοτική και ποσοτική επάρκεια του προσωπικού της.

6.3. Διαδικασία Προγραμματισμού Ανθρώπινων Πόρων

Η διαδικασία προγραμματισμού ανθρώπινων πόρων περιλαμβάνει τις ακόλουθες πέντε λειτουργίες:

α) Μελέτη εσωτερικής αγοράς εργασίας Το συγκεκριμένο μέρος του προγραμματισμού διερευνά το ενδεχόμενο κάλυψης των αναγκών από το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

β) Μελέτη εξωτερικής αγοράς εργασίας Πρόκειται για την διαδικασία αναζήτησης προσωπικού έξω από το περιβάλλον της επιχείρησης, η οποία μπορεί να στρέφεται είτε στην τοπική, είτε την εθνική, είτε τέλος την διεθνή αγορά.

γ) Μελέτη υφιστάμενης κατάστασης. Σε αυτό το στάδιο καθορίζονται τα επιχειρηματικά σχέδια της επιχείρησης και προσδιορίζεται ο ανθρώπινος παράγοντας που θεωρείται ότι μπορεί να τα υλοποιήσει. (Μπουραντάς & Παπαλεξανδρή, 2003)
Πιο αναλυτικά, κατά την μελέτη εσωτερικής αγοράς εργασίας γίνεται προσπάθεια διακρίβωσης εάν το υφιστάμενο προσωπικό της επιχείρησης μπορεί να καλύψει τις ανάγκες της τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά.

Η έρευνα θα στηρίζεται σε μία ανάλυση των θέσεων εργασίας η οποία θα καταγράφει τις ανάγκες της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό. Η ίδια έρευνα θα προσδιορίζει

και τα καθήκοντα των θέσεων εργασίας όπως και τις δεξιότητες που απαιτεί η εκτέλεσή τους.

Κατόπιν θα διερευνηθεί η δυνατότητα κάλυψης των αναγκών που προέκυψαν από το προσωπικό που υπάρχει στο εσωτερικό της επιχείρησης (Χυτήρης, 2001).

Σε ό,τι αφορά την μελέτη εξωτερικής αγοράς, αυτή παρουσιάζει περισσότερες δυσκολίες δεδομένης και της ιδιαιτερότητας του ξενοδοχειακού κλάδου.

Έτσι, τα ξενοδοχεία που βρίσκονται σε απομακρυσμένους τουριστικούς προορισμούς με εποχική δραστηριότητα δεν μπορούν να βρουν ανθρώπινο δυναμικό από την τοπική αγορά. Παράλληλα η ξενοδοχειακή επιχείρηση έχει ανάγκη από καταρτισμένο προσωπικό καθώς στις περισσότερες περιπτώσεις η επαφή με τον πελάτη είναι καθημερινή και άμεση.

Σε αυτήν την περίπτωση λοιπόν θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα εργασιακά πρότυπα της επιχείρησης καθώς ορισμένες ενδιαφέρονται αποκλειστικά για εκπαιδευμένο προσωπικό ενώ άλλες προσλαμβάνουν υπαλλήλους που τους εκπαιδεύουν σύμφωνα με τα δικά τους πρότυπα (Χυτήρης, 2001).

6.4. Διοίκηση ολικής ποιότητας

Όπως ήδη αναφέρθηκε σε άλλο σημείο, τα ξενοδοχεία οφείλουν διαρκώς να εξελίσσονται και να προσαρμόζονται στις ανάγκες των πελατών. Πρόκειται για μία συνεχή προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν έτσι ώστε να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό, να δημιουργήσουν καλή φήμη και να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν την πελατεία τους.

Σε αυτή την κατεύθυνση, τα τελευταία χρόνια ολοένα και μεγαλύτερο μέρος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στρέφεται στην υιοθέτηση του μοντέλου της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας.

Πρόκειται για ένα ολοκληρωμένο σύστημα διοίκησης που έχει ως βασική επιδίωξη την ικανοποίηση των αναγκών και προσδοκιών των πελατών συνολικά και ανεξάρτητα από την εισοδηματική τάξη στην οποία ανήκουν. Η ιδέα είναι να λαμβάνουν οι επισκέπτες αυτό για το οποίο έχουν πληρώσει.

Ως σύστημα η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας περιλαμβάνει τη διοίκηση, το προσωπικό και τους πελάτες. Γενικότερα αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων και τεχνικών που υιοθετεί η επιχείρηση προκειμένου να ευχαριστήσει τους πελάτες της παράλληλα με την ταυτόχρονη κινητοποίηση του συνόλου του δυναμικού της καταβάλλοντας το

ελάχιστο δυνατό κόστος. Χαρακτηριστικό είναι η τακτικής πραγματοποίηση ποιοτικών και ποσοτικών μετρήσεων για την διαρκή βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών καθώς και του βαθμού εξυπηρέτησης του προσωπικού (Straker D,1995).

6.5. Συστήματα αμοιβών

Ως αμοιβή θεωρείται το χρηματικό ποσό που παίρνει ο εργαζόμενος σε αντάλλαγμα για την απασχόλησή του σε μια επιχείρηση. Αυτή η αμοιβή σήμερα καλείται μισθός και καταβάλλεται από τον εργοδότη σταθερά και περιοδικά για όσο διάστημα υφίσταται η εργασιακή σχέση. Το ύψος του μισθού συχνά προσδιορίζεται από την απόδοση του εργαζόμενου.

Πέρα από το χρηματικό ποσό που εισπράττει ο εργαζόμενος, το οποίο συνιστά την άμεση αμοιβή, μπορεί να λαμβάνει και επιπλέον παροχές. Αυτές χορηγούνται ως έμμεση αμοιβή και μπορεί να έχουν τη μορφή ιδιωτικής ασφάλειας, επιπλέον ημέρες άδειας, διακοπές κλπ (Χυτήρης, 2001).

Δεδομένου ότι η αμοιβή αποτελεί τον βασικό λόγο για τον οποίο εργάζεται κανείς θα πρέπει να ικανοποιεί τον εργαζόμενο. Αυτό συμβαίνει όταν η αμοιβή είναι νόμιμη, δίκαιη και ανταποκρίνεται στην προσπάθεια που καταβάλλεται. Τότε ο εργαζόμενος αισθάνεται ικανοποίηση, έχει κίνητρο για παραπέρα βελτίωση και δεν έχει λόγο να αποχωρήσει από τη θέση του αναζητώντας άλλη εργασία.

Σήμερα υπάρχουν δύο βασικές μορφές συστημάτων αμοιβής. Η πρώτη είναι ο μισθός, η σταθερή δηλαδή μηνιαία αποζημίωση που καταβάλλει ο εργοδότης στον εργαζόμενο για τις υπηρεσίες του. Εναλλακτικά ο εργαζόμενος μπορεί να αποζημιωθεί με ημερομίσθιο το οποίο συνιστά την αμοιβή που δίνεται ως αντάλλαγμα για εργασία μιας ημέρας.

Τα παραπάνω συνοδεύονται συχνά από συμπληρωματικά συστήματα αμοιβής που στοχεύουν στην δημιουργία κινήτρων ή την αύξηση της παραγωγικότητας και είναι τα ακόλουθα:

Ατομικό βραβείο Αυτό είναι το λεγόμενο bonus και συνίσταται σε μία επιπλέον οικονομική παροχή η οποία συνδέεται με την επίτευξη ενός στόχου. Συμπληρώνει τη βασική αμοιβή παρέχοντας έτσι καλύτερη πληρωμή στον εργαζόμενο (Μπουραντάς, & Παπαλεξανδρή, 2003).

Προμήθειες Το συγκεκριμένο σύστημα αμοιβής λειτουργεί ως κίνητρο γιατί συνδέει την απόδοση με το ύψος της αμοιβής (Χυτήρης, 2001).

Αμοιβή με το κομμάτι Πρόκειται για την περίπτωση όπου ο εργαζόμενος αμείβεται με συγκεκριμένο ποσό ανά μονάδα. Στοχεύει και αυτό στην παροχή κινήτρων δεδομένου ότι όσο αυξάνεται η παραγωγικότητα αυξάνονται και οι οικονομικές απολαβές (Χυτήρης, 2001).

Επίδομα αξίας Δίνεται ως ετήσια προσαύξηση ανάλογα με την απόδοση του εργαζομένου το προηγούμενο έτος. Έχει και αυτό επίσης στόχο την υποκίνηση του εργαζομένου για εντατικότερη εργασία καθώς επιδοτεί τα εργασιακά του αποτελέσματα με μεγαλύτερη αμοιβή (Μπουραντάς & Παπαλεξανδρή 2003).

Διανομή κερδών Είναι ένα σύστημα αμοιβής που στοχεύει στο κίνητρο. Ως επί το πλείστον θέτει έναν στόχο κέρδους που εφόσον επιτευχθεί ένα ποσοστό από τα επιπλέον κέρδη διανέμεται στους εργαζόμενους. Η διανομή μπορεί να είναι σε ίσα μερίδια ή να διαφοροποιείται ανάλογα με την ιεραρχία ή τη συμμετοχή του υπαλλήλου στο τελικό αποτέλεσμα (Μπουραντάς & Παπαλεξανδρή 2003).

Η υιοθέτηση ενός συστήματος αμοιβών από την επιχείρηση επιδιώκει την επίτευξη εσωτερικής και εξωτερικής ισότητας ενώ παράλληλα συμβάλλει στην επιτυχία της γενικότερης στρατηγικής της.

Ειδικότερα, επιτυγχάνεται εσωτερική ισότητα όταν οι σκληρότερα εργαζόμενοι, πιο αποδοτικοί και με περισσότερες ευθύνες απασχολούμενοι αμείβονται αναλόγως των επιδόσεών τους.

Αντίστοιχα, η εξωτερική ισότητα αναφέρεται στην μισθολογική πολιτική που υιοθετεί η επιχείρηση σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου και τον τρόπο που αποζημιώνονται οι παρόμοιες θέσεις στην αγορά εργασίας.

Είναι σημαντικό για μια επιχείρηση να έχει ξεκάθαρη πολιτική και συγκεκριμένα συστήματα αμοιβών δεδομένου ότι έτσι μπορεί να προσελκύσει ικανούς εργαζόμενους και να πετύχει καλύτερη εργασιακή απόδοση.

6.6. Χρηματοδότηση ανθρώπινου δυναμικού

Η εργασία στην ξενοδοχειακή επιχείρηση συνιστά ευέλικτη μορφή εργασίας και συγκεκριμένα προσωρινή απασχόληση. Αυτό σημαίνει ότι έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την απασχόληση των εργαζομένων μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο η οποία συνδέεται με τις ανάγκες τις εποχικής ζήτησης.

Οι απασχολούμενοι προσλαμβάνονται και εργάζονται συγκεκριμένους μήνες του έτους προκειμένου οι επιχειρήσεις να ανταπεξέλθουν στην εποχική αυτή ζήτηση

προϊόντων ή υπηρεσιών. Πρόκειται για απασχόληση που συνήθως καλύπτεται με σύμβαση ΣΟΧ όπου ορίζεται το χρονικό διάστημα πρόσληψης μετά το πέρας του οποίου οι εργαζόμενοι αποδεσμεύονται από την επιχείρηση (Γεωργακοπούλου, 1998).

Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τον συνδυασμό των σχετικών νομοθετικών διατάξεων, διατάξεων των Συλλογικών Συμβάσεων Εργασίας και Δικαστικών Αποφάσεων, η νομική φύση και ο χαρακτήρας της εργασιακής σχέσης όσων εργάζονται σε εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι ιδιόρρυθμα ρυθμιζόμενη ορισμένου χρόνου.

Αυτό σημαίνει ότι η διάρκεια της εργασιακής σχέσης όσων απασχολούνται σε εποχιακές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ταυτίζεται με την διάρκεια της περιόδου λειτουργίας αυτών των επιχειρήσεων και συνεπώς λύεται με το πέρας αυτής της περιόδου.

Αυτό σημαίνει ότι η διάρκεια της εργασιακής σχέσης όσων απασχολούνται σε εποχιακές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ταυτίζεται με την διάρκεια της περιόδου λειτουργίας αυτών των επιχειρήσεων και συνεπώς λύεται με το πέρας αυτής της περιόδου.

Από τα παραπάνω γίνεται προφανές ότι η ευελιξία και η προσωρινή απασχόληση που εφαρμόζονται στις εργασιακές σχέσεις του ξενοδοχειακού κλάδου μπορεί να εξυπηρετούν την λειτουργία των συγκεκριμένων επιχειρήσεων αλλά μπορούν εξίσου να πλήξουν το επίπεδο διαβίωσης των εργαζομένων.

Αυτό συμβαίνει καθώς οι απασχολούμενοι σε αυτό το καθεστώς ζουν με εργασιακή ανασφάλεια, δεν μπορούν να ρυθμίσουν την προσωπική τους ζωή όπως θα ήθελαν ενώ συνήθως δεν έχουν και τις ευκαιρίες εκπαίδευσης, περαιτέρω ανάπτυξης των δεξιοτήτων τους και επαγγελματικής εξέλιξης.

Επιπλέον, οι συλλογικές συμβάσεις που διασφάλιζαν τα εργασιακά δικαιώματα καταλύονται και υποχωρούν και τη θέση τους παίρνουν οι αντίστοιχες επιχειρησιακές και ατομικές. Γίνεται έτσι φανερό ότι οι εργαζόμενοι περιέρχονται σε καθεστώς ιδιαίτερης ανασφάλειας και καθίστανται απροστάτευτοι απέναντι στις επιχειρήσεις και τα συμφέροντά τους (Κούζης, 2001)

Προκειμένου λοιπόν να αντιμετωπιστούν οι δυσμενείς επιπτώσεις της συγκεκριμένης εργασιακής μορφής, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε στη διαμόρφωση ενός νέου μέσου που θα προσφέρει προσωρινή υποστήριξη και προστασία από τους κινδύνους. Πρόκειται για το πρόγραμμα SURE (Support to mitigate Unemployment Risks in an

Emergency). Το συγκεκριμένο μέσο προορίζεται να εξασφαλίσει προστασία στους εργαζόμενους, οι θέσεις των οποίων επλήγησαν από την πανδημία του κορονοϊού. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του SURE προβλέπεται η παροχή χρηματοδοτικής ενίσχυσης ύψους 100 δις ευρώ. Το παραπάνω ποσό θα διατεθεί στα κράτη μέλη με τη μορφή δανείων που θα συνοδεύονται από ευνοϊκούς όρους. Στόχος είναι η υποστήριξη των δημόσιων δαπανών που αυξάνονται αιφνίδια προκειμένου να διατηρηθεί η απασχόληση. Ειδικότερα, η πρόθεση είναι να ενισχυθούν τα κράτη ώστε να καλύψουν τις δαπάνες που προκύπτουν από την δημιουργία εθνικών συστημάτων μειωμένου ωραρίου και άλλα παρόμοια μέτρα που θεσπίστηκαν στην διάρκεια της πανδημίας. Έτσι, σε όλα τα κράτη μέλη πολλές επιχειρήσεις αντιμετώπισαν οικονομικές δυσχέρειες εξαιτίας της επέλασης του κορονοϊού. Προκειμένου να ανταπεξέλθουν αναγκάστηκαν στις περισσότερες περιπτώσεις να περιορίσουν τις δραστηριότητές τους και κατά συνέπεια να μειώσουν το ωράριο εργασίας του προσωπικού τους. Παρά τα μειονεκτήματα που συνοδεύουν το μειωμένο ωράριο αυτό δεν παύει να αποτελεί καλύτερη επιλογή συγκριτικά με την απόλυση. Η διατήρηση της θέσης εργασίας έστω και με μειωμένη απασχόληση διασώζει τα εισοδήματα των οικογενειών και συντηρεί την παραγωγική ικανότητα των επιχειρήσεων συμβάλλοντας σε τελική ανάλυση στην εξισορρόπηση της οικονομίας συνολικά. Το πρόγραμμα SURE λοιπόν δημιουργήθηκε για να χρηματοδοτήσει τα συστήματα μειωμένου ωραρίου προστατεύοντας έτσι τις θέσεις εργασίας και ενισχύοντας τελικά τις οικονομίες των κρατών μελών (Koumentakis, 2020).

Παραπέρα, ο νόμος 4399/2016 στο άρθρο 8 προβλέπει την κάλυψη για δύο έτη του μισθολογικού κόστους του προσωπικού που θα προσληφθεί στο πλαίσιο του επενδυτικού σχεδίου που επιλέχθηκε για χρηματοδότηση (Ν.4399/2016, ΦΕΚ 117, άρθρο 6).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως αναφέρθηκε και εισαγωγικά, σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να αναλυθεί το ελληνικό τουριστικό φαινόμενο και να περιγραφεί ο ξενοδοχειακός κλάδος και η θέση του στην ελληνική τουριστική αγορά.

Παραπέρα, στόχος μας ήταν η διερεύνηση των δυνατοτήτων χρηματοδότησης τόσο της ξενοδοχειακής επιχείρησης όσο και του προσωπικού της δεδομένου ότι πέρα από τα κόστη ανέγερσης και λειτουργίας ενός ξενοδοχείου, οι αμοιβές του ανθρώπινου δυναμικού συνιστούν το μεγαλύτερο έξοδο της επιχείρησης.

Αρχικά αυτό που έχει καταδειχθεί από την παρούσα μελέτη είναι ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν δυναμικό τομέα της εθνικής οικονομίας με εξαιρετικές προοπτικές στο μέλλον. Αναδείξαμε τις ιδιαιτερότητες του και τα προβλήματα που τον χαρακτηρίζουν.

Ειδικότερα, προέκυψε ότι υπάρχει μία αρνητική όψη η οποία απορρέει από το πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης που υιοθετήθηκε για πολλά χρόνια και συνεχίζει να ακολουθείται σε κάποιες περιπτώσεις. Πρόκειται για το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» που σήμερα παρακμάζει και δεν μπορεί να στηρίξει την τουριστική ανάπτυξη.

Επίσης είδαμε τις αρνητικές επιδράσεις που έχουν στην εξέλιξή του οι οικονομικές και πολιτικές διακυμάνσεις όπως και κάθε είδους διαταραχές.

Φάνηκε όμως επίσης ότι η ευρωστία και η δυναμικότητά της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα είναι τέτοια που ανακάμπτει σχετικά σύντομα έπειτα από κάθε υφεσιακή περίσταση. Αποδείχτηκε ακόμη ότι αυτό το πετυχαίνει καλύτερα σε σχέση με άλλους μεσογειακούς ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς.

Το πρώτο λοιπόν συμπέρασμα που προκύπτει είναι ο τουριστικός τομέας είναι ένα υποσχόμενο και ασφαλές πεδίο για επενδύσεις.

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο θελήσαμε να διερευνήσουμε τη θέση του ξενοδοχειακού κλάδου και τις επενδυτικές προοπτικές που υπάρχουν σε αυτόν. Διαπιστώσαμε ότι αποτελεί έναν δυναμικό τομέα που εξελίσσεται διαρκώς και προσαρμόζεται στις μεταβολές της τεχνολογίας και τις απαιτήσεις των πελατών του.

Παραπέρα, ένα πλήθος παραγόντων όπως είναι η έλλειψη αναγκαίων υποδομών, η έντονη εποχικότητα του κλάδου και η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού αποτελούν τροχοπέδη για την μεγαλύτερη ανάπτυξη του και την ανταπόκρισή του στις απαιτήσεις της διεθνούς ζήτησης.

Επιπλέον, η ένταξη και λειτουργία του κλάδου σε ένα πλαίσιο ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού έχει ως αποτέλεσμα την προσέλκυση τουριστών χαμηλής εισοδηματικής τάξης και συνεπώς μειωμένα έσοδα.

Παράλληλα η αδυναμία ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού, η έντονη εξάρτηση από τους tour operators, η ανεπαρκής εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού, ο κορεσμός και η υψηλή συγκέντρωση που ξεπερνά τη φέρουσα ικανότητα φιλοξενίας σε ορισμένες περιοχές αναστέλλουν την παραπέρα ανάπτυξη του κλάδου που αδυνατεί να προσαρμοστεί στις τρέχουσες απαιτήσεις της ζήτησης. Το δεύτερο λοιπόν συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι προκειμένου να ενισχυθεί ο κλάδος θα πρέπει να διαμορφωθεί μια πολιτική ανάπτυξης των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού έτσι ώστε να εκλείψει η εποχικότητα στην δραστηριότητα των ξενοδοχείων που οδηγεί σε αδυναμία ανταπόκρισης στη ζήτηση τους μήνες αιχμής και σε αδράνεια τον υπόλοιπο χρόνο.

Επιπλέον θα πρέπει ο κλάδος να απεξαρτηθεί ή τουλάχιστον να συναλλάσσεται στη βάση καλύτερων όρων με τους tour operators. Αυτό θα συμβεί εάν δοθεί έμφαση στην ποιότητα του ξενοδοχειακού προϊόντος συνολικά έτσι ώστε αυτό να είναι αδιαπραγμάτευτο σε χαμηλότερες τιμές και εκπτώσεις.

Χρειάζεται λοιπόν ο κλάδος να αναπτύξει πολιτική απευθείας κρατήσεων δεδομένης μάλιστα της αβεβαιότητας του μοντέλου συνεργασίας με τους tour operators όπως έδειξε η κατάρρευση της Thomas Cook.

Ακόμη, στο επίκεντρο του επενδυτικού ενδιαφέροντος τα τελευταία χρόνια βρίσκεται η ανέγερση ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων καθώς και η αναβάθμιση των υπολοίπων σε μεγαλύτερες κατηγορίες. Αυτό έρχεται ως αποτέλεσμα της επιτυχημένης πορείας του κλάδου ο οποίος αισθάνεται πλέον αρκετά ισχυρός και για αυτό επιχειρεί στροφή στην ποιότητα του προϊόντος και κατά συνέπεια στην προσέλκυση τουριστών υψηλότερων εισοδημάτων. Αυτό αναμένεται να αναβαθμίσει τα έσοδα και να βελτιώσει τη συνολική εικόνα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Σε κάθε περίπτωση, φαίνεται πως πρόκειται για έναν κλάδο στιβαρό που ξεπέρασε τις δυσκολίες των δύο μεγάλων κρίσεων και επέστρεψε σε υψηλά επίπεδα οικονομικής δραστηριότητας. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως πρόκειται για έναν κερδοφόρο τομέα που προσφέρεται για επενδύσεις.

Σε αυτό το πλαίσιο λαμβάνει ιδιαίτερη σημασία ο χρηματοδοτικός παράγοντας καθώς ακόμη και όταν υπάρχουν όλες οι άλλες προϋποθέσεις η έλλειψη κεφαλαίων συνιστά

έναν αντικειμενικό περιορισμό που μπορεί να αναστείλει τις επενδυτικές πρωτοβουλίες.

Ωστόσο όπως προέκυψε από την έρευνα τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί οι δυνατότητες χρηματοδότησης. Ειδικότερα, υπάρχει η παραδοσιακή λύση του τραπεζικού δανεισμού και όπως είδαμε τα τραπεζικά ιδρύματα σήμερα διαθέτουν μια σειρά χρηματοδοτικών εργαλείων που μπορούν να προσαρμοστούν στις ανάγκες της κάθε επιχείρησης.

Παραπέρα, μπορεί κάποιος να στραφεί στα προγράμματα επιδοτήσεων του νέου Αναπτυξιακού Νόμου και του ΕΣΠΑ ενώ υπάρχει και το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας που χορηγεί δάνεια με ελάχιστο επιτόκιο από 0,35%.

Το τρίτο λοιπόν συμπέρασμα όπου καταλήγουμε είναι ότι με δεδομένο την ανοδική πορεία της αγοράς και το επενδυτικό ενδιαφέρον είναι δυνατή η εύρεση πόρων για την υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων είτε αυτά αφορούν την ανέγερση μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης είτε τη βελτίωση μιας υφιστάμενης.

Τέλος, διαπιστώσαμε ότι υπάρχουν αρκετές δυνατότητες επιδότησης της εργασίας σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση. Μια σειρά προγραμμάτων χρηματοδότησης νέων, ανέργων και ευέλικτης εργασίας μπορούν να επιστρατευτούν για να υποστηρίξουν την χρηματοδότηση του ανθρώπινου δυναμικού.

Κλείνουμε λοιπόν αυτήν την εργασία τονίζοντας ότι η Ελλάδα αποτελεί άριστο επενδυτικό τόπο για ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ενώ συγχρόνως διαθέτει μια μεγάλη δεξαμενή καταρτισμένου και εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό που απαιτείται είναι η ανάπτυξη ενός πιο ποιοτικού και πράσινου μοντέλου τουρισμού που θα προσελκύσει ταξιδιώτες περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους με ενδιαφέρον για βιωματικές εμπειρίες που θα συνεισφέρουν στην ανάπτυξη ποιοτικού και αιεφόρου τουρισμού.

Βιβλιογραφία – Ιστογραφία

Αναπτυξιακή Πέλλας. Γενικά για το πρόγραμμα CLLD/LEADER

<http://www.anpe.gr/genika-gia-programma-clldleader>

Αντωνόπουλος, Βασίλης. (2006). *Ιού Δίκαιο Α.Ε και Ε.Π.Ε.* Εκδόσεις Σάκκουλα.

Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Τουρισμός : Έννοιες, Μεγέθη, Δομές.* Προπομπός.

Βελεσιώτη, Α. (2023, Ιούνιος). Τράπεζες: Τι άλλαξε σε καταστήματα και προσωπικό- Έντονη κινητικότητα. *New Money.*

Βορλόου, Κ. & Κανελλοπούλου, Σ. (2009, Ιανουάριος). *Οικονομικές κρίσεις και Τουριστική Κίνηση στην Ελλάδα, Οικονομία και Αγορές.* Eurobank.

https://www.eurobank.gr/Uploads/Reports/Online_EconMarkets_IV_1GR.pdf

Γεωργακοπούλου, Β. Ν. (1998). *Ευελιξίες της εργασίας και γυναικεία απασχόληση στον τραπεζικό Τομέα, Πλαίσιο, Προσεγγίσεις, Βασικές τάσεις και προοπτικές.* ΙΝΕ/ΟΤΟΕ Αθήνα.

https://ine.otoe.gr/uploads/files/ine_FEMMES.pdf

Θάνος, Γ. Α. (2017). *Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων.* Εκδόσεις Τσότρας.

Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων. (2022, Δεκέμβριος). *Ετήσια Έκθεση Ανταγωνιστικότητας και Διαρθρωτικής Προσαρμογής στον Τουρισμό.* https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/22-12_Eastern_Macedonia_Thrace-1.pdf

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. (2020, Φεβρουάριος). *Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας 2019.*

https://www.grhotels.gr/app/uploads/2020/02/01_Hotel-Performance_Presentation_2019_17feb20_final.pdf

Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. (2023, Απρίλιος). *Ετήσια Έρευνα για τον Ξενοδοχειακό Κλάδο 2022.* https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2023/04/ITEP_Annual-Survey_2023-02-28_total_press-conference03.pdf

Κανέλλοπουλος, Χ. (2002). *Διοίκηση Προσωπικού – Ανθρώπινου Δυναμικού, Θεωρία και Πράξη.* Ιδιωτική Έκδοση.

Κατσέλη, Γωγώ. (2022, 12 Οκτ). Όλα τα προγράμματα Leader που έρχονται το 2023. *Ελεύθερος Τύπος.* <https://eleftherostypos.gr/agrotikos-tupos/ola-ta-programmata-leader-pou-erchontai-to-2023>

- Κουζής, Γ. (2001). *Εργασιακές σχέσεις και ευρωπαϊκή ενοποίηση: ευελιξία και απορρύθμιση ή αναβάθμιση της εργασίας*. Αθήνα:ΙΝΕ/ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ.
- Λαγός, Δημήτρης. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. Εκδόσεις Κριτική.
- Λαλούμης, Δ. (2015). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων* [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
<https://hdl.handle.net/11419/5283>
- Λογοθέτης, Ν. (1993). *Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας Από τον Deming στον Taguchi και το SPC*. Interbooks.
- Μπουραντάς, Δ. & Παπαλεξανδρή, Ν. (2003). *Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων*. Εκδόσεις Μπένου.
- ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 393. *Περί Ιδρύσεως και λειτουργίας Τουριστικών Γραφείων*. ΦΕΚ. Αρ. Φύλλου 199/31.07.1976.
- ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4276. *Απλούστευση Διαδικασιών Λειτουργίας Τουριστικών Επιχειρήσεων και Τουριστικών Υποδομών, Ειδικές Μορφές Τουρισμού και Άλλες Διατάξεις*. ΦΕΚ. Αρ. Φύλλου 155/30.07.2014.
- ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4399. *Θεσμικό πλαίσιο για τη σύσταση καθεστώτων Ενισχύσεων Ιδιωτικών Επενδύσεων για την περιφερειακή και οικονομική ανάπτυξη της χώρας - Σύσταση Αναπτυξιακού Συμβουλίου και άλλες διατάξεις*. ΦΕΚ. Αρ. Φύλλου 117/22.06.2016.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2023, 1 Ιαν).
https://www.grhotels.gr/app/uploads/2023/01/01_Hotels_2022_Total.pdf
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. (2023, 23 Μαρ)
<https://www.grhotels.gr/enimerosi-gia-proskliseis-programmaton-chrimatodotisis-2/>
- Παμπούκης, Κωνσταντίνος. (1990). *Δίκαιο Ανώνυμης Εταιρείας, τόμος δεύτερο*. Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Προβοπουλος, Γ. (2009, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2008*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2008.pdf>
- Προβοπουλος, Γ. (2010, Απρ) *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2009*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2009.pdf>

- Προβοπουλος, Γ. (2011, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2010*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2010.pdf>
- Προβοπουλος, Γ. (2012, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2011*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2011.pdf>
- Προβοπουλος, Γ. (2013, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2012*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2012.pdf>
- Προβοπουλος, Γ. (2014, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2013*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2013.pdf>
- Σιταράς, Θ. & Τζένος, Χ. (2007). *Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού*. Εκδόσεις Interbooks.
- Στουρνάρας, Ι. (2015, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2014*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2014.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2016, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2015*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2015.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2017, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2016*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2016.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2018, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2017*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2017.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2019, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2018*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2018.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2020, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2019*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2019.pdf>

- Στουρνάρας, Ι. (2021, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2020*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2020.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2022, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2021*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2021.pdf>
- Στουρνάρας, Ι. (2023, Απρ). *Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2021*. Τράπεζα της Ελλάδος.
<https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2022.pdf>
- Συνεταιριστική Τράπεζα Θεσσαλίας.
<https://www.bankofthessaly.gr/content/makroprothesma-epixeirimatika-daneia>
- Σχέδιο Νόμου του Υπουργείου Τουρισμού. (2021, 10 Δεκ). «Πρότυποι Τουριστικοί Προορισμοί Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, Ιαματικές Πηγές Ελλάδας και άλλες ρυθμίσεις για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης»
Τράπεζα της Ελλάδος. <https://www.bankofgreece.gr/trapeza/h-ihistoria-ths-tte>
Υπουργείο Τουρισμού. <https://mintour.gov.gr/ependyseis/alla-chrimatodotika-ergaleia/>
- Υπουργείο Τουρισμού. (2018). *Σχέδιο νόμου “Θεματικός Τουρισμός-Ειδικές μορφές τουρισμού- Ρυθμίσεις για τον εκσυγχρονισμό του θεσμικού πλαισίου στον τομέα του τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης- Στήριξη τουριστικής επιχειρηματικότητας και άλλες διατάξεις*.
http://www.opengov.gr/tourism/wpcontent/uploads/downloads/2018/06/s_n_thematikos_tourismos.pdf
- Χατζηνικολάου, Ε. (2008). *Νομοθεσία Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Προπομπός.
- Χυτήρης, Λ. (2001). *Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων*. Interbooks.
- Alpha Bank, <https://www.alpha.gr/el/epixeiriseis/trapeziki-epixeiriseon/xrimatodotiseis/kefalaia-kinesis>
- Beardwell, I. & Holden, L. (1997). *Human Resources Management: A Contemporary Perspective* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Koumentakis, S. (2020, 3 Μαΐου). *Ενέλικτες Μορφές Απασχόλησης*.
<https://koumentakislaw.gr/arthra/eyeliktes-morfes-apasxolhshs-parelthon-paron-mellon/>

Straker. D. (1995). *A Toolbook for Quality Improvement and Problem Solving*.
Prentice Hall.

Visit Greece. (2023, 9 Δεκ). *Θρησκευτικός Τουρισμός*.

<https://www.visitgreece.gr/el/experiences/religious-tourism/>