



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Διπλωματική Εργασία με θέμα :

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΔΟΣΕΩΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

ΚΑΡΑΜΑΝΩΛΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :
ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ

ΧΑΝΙΑ 2004

Με το πέρας της παρούσας εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που συνέβαλαν καθοριστικά στην ολοκλήρωσή της.

Αρχικά τον καθηγητή μου, κύριο Κωνσταντίνο Ζοπουνίδη για την επίβλεψη και τις υποδείξεις κατά τη διεκπεραίωση της .

Επίσης ευχαριστώ τον υποψήφιο Διδάκτωρ Χρυσοβαλάντη Γαγάνη για την σημαντική βοήθειά του.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την ηθική αλλά και υλική συμπαράστασή τους κατά την διάρκεια των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|-----------|
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ | 1 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 4 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΡΗΤΗ | |
| 1.1 ΓΕΝΙΚΑ | 6 |
| 1.1.1 Οι αναπτυξιακές δυνατότητες που προσφέρει ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα | 8 |
| 1.1.2 Σε κάμψη τα οικονομικά μεγέθη των τουριστικών επιχειρήσεων | 9 |
| 1.1.3 Η εξέλιξη των βασικών μεγεθών στον τουριστικό τομέα | 9 |
| 1.1.4 Τουριστική Πολιτική 2002-2006 | 11 |
| 1.1.5 Η ζήτηση του ελληνικού τουρισμού | 15 |
| 1.1.6 Η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών | 20 |
| 1.2 ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | 25 |
| 1.2.1 Γενικά | 25 |
| 1.2.2 Υπάρχουσα κατάσταση | 25 |
| 1.2.3 Ανάλυση ισχυρών και ασθενών σημείων | 32 |
| 1.2.3 Άξονες προτεραιότητας για την ανάπτυξη ενός στρατηγικού σχεδίου για τον τουρισμό της Κρήτης | 35 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ | |
| 2.1 Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες (ΑΚΣ) | 38 |
| 2.1.1 Επιλογή Δεικτών | 38 |
| 2.2.2 Η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE | 39 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | |
| 3.1 Υπολογισμός χρηματοοικονομικών δεικτών | 44 |
| 3.2 Εφαρμογή της μεθόδου Ανάλυση Σε Κύριες Συνιστώσες | 49 |
| 3.3 Εφαρμογή Πολυκριτήριας Μεθόδου PROMETHEE | 51 |
| 3.4 Συμπεράσματα | 59 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 63 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ | 64 |
| Πίνακας 1 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2000 | 65 |

| | |
|--|----|
| Πίνακας 2 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2001 | 66 |
| Πίνακας 3 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2002..... | 67 |
| Πίνακας 4 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2000 | 68 |
| Πίνακας 5 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2001 | 69 |
| Πίνακας 6 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2002..... | 70 |

Ο ρόλος και η προοπτική του τουρισμού στο νέο οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδος, την ευημερία αλλά και τη διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης, προδιαγράφονται πολύ ενθαρρυντικά. Ο κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας βρίσκεται πρώτος σε σειρά ως τομέας παραγωγής της ελληνικής οικονομίας καθώς αποτελεί παραδοσιακά μια σημαντική πηγή εσόδων και προσφέρει στην Ελλάδα σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες. Η αξιολόγηση λοιπόν των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων καθίσταται αναγκαία και αρκετά ενδιαφέρουσα. Στην παρούσα εργασία θα εξεταστούν οι κρητικές επιχειρήσεις του κλάδου αυτού.

Από θεωρητικής πλευράς η αξιολόγηση των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων περιλαμβάνει την καταγραφή και ανάλυση στοιχείων που αφορούν οικονομικά δεδομένα, υπάρχουσες υποδομές, παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και ικανοποίηση πελατών.

Μεθοδολογικά, η αξιολόγηση των επιδόσεων των επιχειρήσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί με συνδυαστική ανάλυση των χρηματοοικονομικών τους στοιχείων. Αρχικά με στατιστική ανάλυση των χρηματοοικονομικών δεικτών κάθε επιχείρησης, και στη συνέχεια με την εφαρμογή πολυκριτήριας ανάλυσης με στόχο την κατάταξη των επιχειρήσεων αυτών.

Η αξιολόγηση των επιχειρήσεων όπως περιγράφηκε παραπάνω αποτελεί σημαντικό εργαλείο για το σχεδιασμό μιας ευρύτερης πολιτικής δράσης από πλευράς κράτους, επενδυτών αλλά και τοπικής κοινωνίας. Ο συνεχώς αυξανόμενος διεθνής ανταγωνισμός στον τομέα του τουρισμού, καθιστά αναγκαία τη λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση των προβλημάτων, την ενίσχυση των δυνατών σημείων αλλά και τον εντοπισμό των νέων τάσεων.

Στην παρούσα εργασία αξιολογήθηκαν 16 τουριστικές και 35 ξενοδοχειακές κρητικές επιχειρήσεις. Στόχος της εργασίας ήταν η αξιολόγηση των επιδόσεων των επιχειρήσεων

με βάση τα χρηματοοικονομικά τους στοιχεία για την τριετία 2000 - 2002. Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν προέρχονται από τους ισολογισμούς των επιχειρήσεων που δημοσιεύτηκαν στον κατάλογο της εταιρίας ICAP.

Στο πρώτο κεφάλαιο αποτυπώνεται η παρούσα κατάσταση των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Κρήτη. Παρουσιάζονται οι υπάρχουσες υποδομές, στατιστικά στοιχεία για την τουριστική κίνηση, οικονομικά και άλλα μεγέθη όπως αφίξεις, διανυκτερεύσεις, πληρότητα και άλλα. Επίσης, αναλύονται στοιχεία της τουριστικής πολιτικής του υπουργείου ανάπτυξης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο της μεθοδολογίας αξιολόγησης, που αποτελείται από τη στατιστική μέθοδο Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες και την πολυκριτήρια μέθοδο PROMETHEE.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύονται τα δεδομένα και τα αποτελέσματα της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε. Παρουσιάζονται οι χρηματοοικονομικοί δείκτες που αποτέλεσαν τις μεταβλητές των μεθόδων αξιολόγησης και η τελική κατάταξη των επιχειρήσεων ως αποτέλεσμα της μεθόδου PROMETHEE. Τέλος, διατυπώνονται τα συμπεράσματα και οι άξονες έρευνας στο υπό μελέτη θέμα.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΡΗΤΗ

1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Στη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών ο τουρισμός στην Ελλάδα, από μια περιορισμένη εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία. Η συνεισφορά του στην οικονομία, την απασχόληση, την ευημερία, και την προβολή της χώρας μας στο εξωτερικό είναι σημαντική.

Οι απαιτήσεις και οι προκλήσεις ωστόσο στη νέα τουριστική εποχή είναι μεγάλες. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμα και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Ο τουρισμός θεωρείται από πολλούς ως η «βαριά βιομηχανία» της Ελλάδας. Ο κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στην εγχώρια οικονομία καθώς προσφέρει στην Ελλάδα σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες και αποτελεί παραδοσιακά μια σημαντική πηγή εσόδων, **αφού βρίσκεται πρώτος σε σειρά ως τομέας παραγωγής της ελληνικής οικονομίας**. Το 2001 ο κλάδος του τουρισμού συνεισέφερε περίπου το 16,7% του ΑΕΠ. Η απασχόληση στην τουριστική οικονομία ανέρχεται στο 19,7% του εργατικού δυναμικού. Ενώ το συνάλλαγμα που αποκτάται από τον τουρισμό είναι ίσο με το 56% του αποκτηθέντος συναλλάγματος από εξαγωγικές δραστηριότητες. Είναι άλλωστε εμπειρικά γνωστό σε όλους μας πως αρκετές περιοχές της Ελλάδας, κυρίως νησιωτικές και παραθαλάσσιες, ζουν σχεδόν αποκλειστικά από τον τουρισμό. Είναι κατά συνέπεια αναμενόμενο, η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού να αποτελεί αντικείμενο της ευρύτερης πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας συνολικά.

Οι μεγάλες συστηματικές παρεμβάσεις που επιχείρησε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) τόσο στις υποδομές γενικού τουρισμού όσο και στον χώρο του

ειδικού τουρισμού από τα υδροθεραπευτήρια μέχρι τις μαρίνες και τα κάμπινγκς, είναι αναμφίβολο ότι εισήγαγαν για πρώτη φορά την έννοια της οργανωμένης λειτουργίας στον τομέα της προσφοράς.

Τη σκυτάλη στη συνέχεια παρέλαβαν οι ιδιωτικές επιχειρήσεις. Ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την έλλειψη προγραμματισμού και την μεγάλη εποχικότητά του. Ο υψηλός κύκλος εργασιών και κυρίως ο δείκτης ρευστότητας, σε μικρό χρονικό διάστημα, η διπλοαπασχόληση, αλλά επιπλέον η οργάνωση της ζήτησης με τρόπο ώστε όλο και περισσότερο να αγοράζεται μαζικά όλο και μεγαλύτερο κομμάτι της προσφοράς, έστρεψαν σταδιακά πολλούς Έλληνες, στην ενασχόληση με την διαχείριση τουριστικών επιχειρήσεων.

Ο κύκλος εργασιών συνεχώς αυξανόταν όπως και οι αφίξεις. Το κράτος ανταποκρίθηκε με μια σειρά από θεσμικού χαρακτήρα μέτρα. Έτσι, οργανώθηκε καλύτερα η προσφορά. Το 1998, κατά τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η Ελλάδα κατέλαβε την 16η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των τουριστικών προορισμών.

Σήμερα, οι μεταβολές που έχουν πραγματοποιηθεί στο εξωτερικό περιβάλλον από την τεχνολογία μέχρι τις μεταφορές, τη διαφήμιση και το marketing όρισαν κανόνες του παιχνιδιού εξαιρετικά ανταγωνιστικούς. Η Ελλάδα πρέπει να ανταγωνίζεται με επιτυχία για το μερίδιο της στην παγκόσμια αγορά. Η ζήτηση ολιγοπωλείται και συνεχίζει να πιέζει την προσφορά, με σκοπό να της επιβάλει όρους ολοένα και ευνοϊκότερους για αυτήν.

Οι μονοπωλιακές αντιλήψεις των περασμένων δεκαετιών είναι όχι μόνο ξεπερασμένες αλλά και επίφοβες. Η βασική σύνθεση των πλεονεκτημάτων μας ως τουριστικού προορισμού, παραμένει ουσιαστικά η ίδια. Οι περισσότεροι επισκέπτονται την Ελλάδα για τον ήλιο, τη θάλασσα, τις αρχαιότητες, το περιβάλλον, τη φιλοξενία και την αυθεντικότητα των ανθρώπων. Αυτό είναι το βασικό προϊόν.

1.1.1 Οι αναπτυξιακές δυνατότητες που προσφέρει ο κλάδος του τουρισμού στην Ελλάδα

Τα δυνατά σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η φυσική ομορφιά, η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, οι καλές κλιματολογικές συνθήκες, οι πολλαπλές επιλογές προορισμού και η καταξίωση της Ελλάδας ως σημαντικού ιστορικού τουριστικού προορισμού.

Οι σοβαρότερες αδυναμίες του ελληνικού τουρισμού είναι η μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators, η έντονη εποχικότητα, η μεγάλη εξάρτηση από μικρό αριθμό αγορών (Ηνωμένο Βασίλειο και Γερμανία), η ανεπάρκεια υποστηρικτικών δομών (γήπεδα γκολφ, συνεδριακά κέντρα κ.λπ.), η απόσταση από τις χώρες προέλευσης (σε σχέση με τις ανταγωνίστριες) και η ανεπαρκής προώθηση του συνόλου του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Είναι χαρακτηριστικό ότι η Ισπανία διαθέτει 254 γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών, η Πορτογαλία 55, η Τουρκία 10 ενώ η χώρα μας μόνο 4.

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, όπως παρουσιάστηκαν από εκπροσώπους των επιχειρήσεων, είναι τα εξής:

- Ανεπαρκής τεχνική υποδομή (οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων, λιμάνια, μαρίνες, τηλεπικοινωνίες, κ.λπ.).
- Ανεπαρκής εξειδικευμένου φορέα, ο οποίος να δρα σε περιφερειακό επίπεδο, με ρόλο το σχεδιασμό, το marketing, την προβολή και τη διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος.
- Χαμηλό επίπεδο παρεχόμενης ξενοδοχειακής εκπαίδευσης εκ μέρους της Πολιτείας, το οποίο οδηγεί σε ανεπάρκεια ζήτησης για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό.
- Έντονη εποχικότητα που εμφανίζει το τουριστικό προϊόν.
- Υψηλή διαπραγματευτική δύναμη που εμφανίζουν οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators).
- Ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού παράνομων (μη καταγεγραμμένων) κλινών (παραξενοδοχεία).
- Έλλειψη συνέπειας και σωστής νοοτροπίας στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, γεγονός που δημιουργεί διακυμάνσεις στους δείκτες ικανοποίησης των πελατών.

1.1.2 Σε κάμψη τα οικονομικά μεγέθη των τουριστικών επιχειρήσεων

Η ανάλυση της πορείας των επιχειρήσεων κατά το 2002 έχει μεγάλη σημασία για την αξιολόγηση της τρέχουσας συγκυρίας, των προβλημάτων και των προοπτικών του ελληνικού εταιρικού τομέα. Η ομαδοποίηση και ανάλυση των οικονομικών αποτελεσμάτων των επιχειρήσεων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι εξελίξεις κατά το έτος 2001 δεν πρέπει να εφησυχάσουν, ούτε όμως και να δημιουργήσουν πανικό. Παρά την επιβράδυνση της διεθνούς ανάπτυξης, ιδίως στην ευρωζώνη, και την αυξημένη πολιτική και οικονομική αβεβαιότητα, το ελληνικό ΑΕΠ αυξήθηκε με ταχύ ρυθμό, λόγω των δημοσίων έργων και των μεταβιβάσεων από την Ε.Ε. Ο πληθωρισμός ωστόσο παρέμεινε σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από εκείνα της ευρωζώνης και εξακολούθησε να είναι ο μεγαλύτερος κίνδυνος για την ανταγωνιστικότητα. Επιπλέον, συνεχίστηκε η καθοδική πορεία στο Χρηματιστήριο Αθηνών, η οποία επηρέασε πολλές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα δε τις μεγάλου μεγέθους. Οι εξελίξεις αυτές οδήγησαν σε επιβράδυνση της ανόδου των πωλήσεων όλων των τομέων, εξαιρουμένων των υπηρεσιών. Δεν υπήρξαν ωστόσο δραματικές ανακατατάξεις, πλην μερικών εξαιρέσεων η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων φαίνεται ότι βρίσκεται σε θέση να συνεχίσει να αναπτύσσεται στο μέλλον. Η σημαντική αύξηση των μικτών κερδών όλων των τομέων, εξαιρουμένου του τουρισμού, είναι ενδεικτική.

1.1.3 Η εξέλιξη των βασικών μεγεθών στον τουριστικό τομέα

Το έτος 2002 παρουσιάστηκε κάμψη στον ελληνικό τουρισμό. Στην κάμψη αυτή συνέβαλαν η αβεβαιότητα όσον αφορά τις διεθνείς πολιτικές εξελίξεις και η επιβράδυνση της παγκόσμιας ανάπτυξης, ιδιαίτερα δε των οικονομιών της Ε.Ε. Τα στοιχεία των ισολογισμών 3.719 τουριστικών ΑΕ και ΕΠΕ που παρουσιάζονται στον Πίνακα 1 (πηγή : ICAP 2003), συνάδουν με την εικόνα αυτή. Προκύπτει ότι υπήρξε στασιμότητα πωλήσεων και μείωση των μικτών και των προ φόρου κερδών, αυτό δε οφείλεται κυρίως στη διεύρυνση του αρνητικού αποτελέσματος μεγάλων ζημιογόνων μονάδων. Συγκεκριμένα, οι συνολικές πωλήσεις αυξήθηκαν με ρυθμό 3,6% μεταξύ 2001 και 2002 και ανήλθαν σε 3,3 δισ. ευρώ. Τα μικτά όμως κέρδη μειώθηκαν κατά 1,1% και το περιθώριο μικτού κέρδους περιορίστηκε από 25,9% το 2001 σε 24,7% το 2002. Είναι δε χαρακτηριστικό το γεγονός ότι η μείωση των μικτών κερδών αφορούσε τόσο το κερδοφόρο, όσο και το ζημιογόνο τμήμα του τομέα. Τα συνολικά προ φόρου κέρδη σημείωσαν απότομη κάμψη 23,0%, διαμορφούμενα σε 105,4 εκ. ευρώ, το δε

περιθώριο καθαρού κέρδους περιορίστηκε από 4,3% σε 3,2%. Επιπλέον, η ήδη χαμηλή αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων περιορίστηκε στο 2,4% και ήταν η χαμηλότερη μεταξύ όλων των τομέων. Από την άλλη πλευρά όμως, καταγράφηκε αύξηση των κεφαλαίων του τουριστικού τομέα. Συγκεκριμένα, το ενεργητικό διευρύνθηκε κατά 12,7% και ανήλθε σε 8,9 δισ. ευρώ. Η αύξηση αυτή προήλθε κυρίως από άνοδο των καθαρών παγίων, χρηματοδοτήθηκε δε ως επί το πλείστον μέσω διεύρυνσης των υποχρεώσεων κατά 19,6%, σε 4,4 δισ. ευρώ. Αντιθέτως, ισχυρή ήταν η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων, μόλις 6,6% σε 4,5 δισ. ευρώ. Οι εξελίξεις αντανακλώνται στην άνοδο του δείκτη ξένων προς ίδια κεφάλαια από 0,89 σε 0,99. Η γενική ρευστότητα όμως παρέμεινε σταθερή στο 0,8.

Πίνακας 1
Η Εξέλιξη των Βασικών Μεγεθών του Τουρισμού(σε χιλιάδες ευρώ)

| Μέγεθος | 2001 | 2002 | % Μεταβολή |
|--|-------------|-------------|-----------------------|
| Καθαρά πάγια | 6.125.955 | 6.786.973 | 10,8 |
| Κυκλοφορούν | 1.785.599 | 2.130.882 | 19,3 |
| Σύνολο Ενεργητικού | 7.911.553 | 8.917.854 | 12,7 |
| Ίδια Κεφάλαια | 4.192.321 | 4.471.039 | 6,6 |
| Μακροπρ.Υποχρεώσεις | 1.882.515 | 1.882.515 | 18,6 |
| Βραχυπρ.Υποχρεώσεις | 2.564.301 | 2.564.301 | 20,3 |
| Σύνολο Υποχρεώσεων | 4.446.816 | 4.446.816 | 19,3 |
| Πωλήσεις | 3.209.696 | 3.326.572 | 3,6 |
| Κόστος Πωλήσεων | 2.377.917 | 2.504.883 | 5,3 |
| Μικτά Κέρδη | 831.698 | 822.156 | -1,1 |
| Λοιπά Λειτουργικά Έσοδα | 78.993 | 85.190 | 7,8 |
| Χρημ/κές Δαπάνες | 136.334 | 141.400 | 3,7 |
| Λοιπές Λειτ. Δαπάνες | 594.672 | 642.651 | 8,1 |
| Λειτουργικά Κέρδη | 179.684 | 123.295 | -31,4 |
| Μη Λειτουργ. Έσοδα | 94.156 | 107.489 | 14,2 |
| Μη Λειτουργ. Δαπάνες | 81.466 | 76.161 | -6,5 |
| Μη Λειτουργ. Αποτέλεσμα | 12.690 | 31.328 | 146,9 |
| Κέρδη προ Φόρου | 136.949 | 105.396 | -23,0 |
| Μικτό Περιθώριο | 25,91 | 24,71 | - |
| Λειτουργικό Περιθώριο | 5,60 | 3,71 | - |
| Καθαρό Περιθώριο | 4,27 | 3,17 | - |
| Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων | 3,27 | 2,36 | - |
| Ξένα / Ίδια Κεφάλαια | 0,89 | 0,99 | - |
| Γενική Ρευστότητα | 0,84 | 0,83 | - |
| Επιχειρήσεις | 3.719 | 3.719 | - |

Πηγή: ICAP (2003)

Απέναντι στις νέες προκλήσεις και νέες απαιτήσεις, πρέπει να εφαρμοστεί μία πολιτική η οποία να εκτείνεται σε όλη τη χώρα, να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον και να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη με έναν τρόπο βιώσιμο, ο οποίος αντέχει και στις αξίες μας και στην αισθητική και στο χρόνο. Μια πολιτική που χαρακτηρίζεται από την **πολυμορφία**, την **ποιότητα** και τη **βιωσιμότητα** του τουριστικού προϊόντος. Με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού σε μια ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, σχεδιάστηκαν οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής από το Υπουργείο Ανάπτυξης, και τα μέτρα που θα εφαρμοστούν κατά το διάστημα 2002 - 2006 με στόχο:

- Ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση των γενικών και των τουριστικών υποδομών.
- Αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες.
- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών.
- Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στα νέα επαγγέλματα.
- Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Κατά το διάστημα 2000 - 2006 , στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ , διατίθενται για τον τουρισμό συνολικοί πόροι 2.054.292.002,93€ εκ των οποίων το ήμισυ θα είναι ιδιωτική συμμετοχή. Πρόκειται για μείζονα συνολική παρέμβαση στον ελληνικό τουρισμό η οποία, αν αξιοποιηθεί σωστά, θα ενισχύσει σημαντικά τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού.

1.1.4 Τουριστική Πολιτική 2002-2006

Η τουριστική ανάπτυξη εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα (ΕΠΑΝ) του Υπουργείου Ανάπτυξης, όχι μόνο στο επίπεδο της τουριστικής προβολής και διαφοροποίησης, αλλά και σε μέτρα που αφορούν στον εκσυγχρονισμό και την αριστεία των επιχειρήσεων. Στο ΕΠΑΝ εντάσσεται ο Άξονας 5 (άξονας προτεραιότητας) που αφορά αποκλειστικά στην τουριστική διαφοροποίηση (εναλλακτικές μορφές τουρισμού κλπ) και την προβολή της χώρας ως τουριστικού προορισμού, αλλά και κάποια μέτρα των Αξόνων 2 και 3 που αφορούν στις μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις. Οι δράσεις αυτές χρηματοδοτούνται κυρίως από το Γ΄ ΚΠΣ. Στη συνέχεια αναφέρεται πως καθορίζονται από το ΥΠΑΝ τα βασικά

χαρακτηριστικά του Ελληνικού Τουρισμού, οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής και τα προβλεπόμενα μέτρα για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

1.1.4.1 Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού

Τα βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού καθώς και οι συνέπειες που απορρέουν από αυτά συνοψίζονται παρακάτω.

1. Ανοδική τάση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών.

Συνέπεια: Κίνητρα δημιουργίας νέων τουριστικών υποδομών για την προσέλκυση της αυξανόμενης πελατείας.

2. Σημαντική μείωση του μεριδίου αμερικανών τουριστών. Εξάρτηση από Ευρώπη.

Συνέπεια: Απώλεια υψηλού τουριστικού εισοδήματος. Αναζήτηση νέων αγορών.

3. Αυξανόμενη συμμετοχή εσωτερικού τουρισμού.

Συνέπεια: Δυνατότητα χρονικής κατανομής της ζήτησης.

4. Μικρή διάρκεια τουριστικής περιόδου.

Συνέπεια: Θερινή επιβάρυνση υποδομών, υπολειτουργία εκτός σεζόν. Ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμού για τους υπόλοιπους μήνες.

5. Μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν: "Ήλιος - θάλασσα".

Συνέπεια: Εύκολη υποκατάσταση από άλλες μεσογειακές χώρες. Αναζήτηση – προγραμματισμός νέων τουριστικών προϊόντων.

6. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού είναι κυρίως κληρονομημένα (φυσικό περιβάλλον, πολιτισμική κληρονομιά).

Συνέπεια: Υπάρχει σημαντικό περιθώριο ποιοτικής βελτίωσης με τη δόμηση νέων ανθρωπογενών πλεονεκτημάτων.

7. Υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση τουριστικής υποδομής.

Συνέπεια: Άνιση ανάπτυξη των τουριστικών υποδομών.

8. Ολιγοφωνιακή διάθρωση τουριστικής ζήτησης με λίγους tour- operators.

Συνέπεια: *Ισχυρές πιέσεις για χαμηλές τιμές.*

9. Ξενοδοχειακές μονάδες / καταλύματα:

- Μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης / χαμηλής ποιότητας
- Μικρός βαθμός συγκέντρωσης και πολύ μικρή καθετοποίηση

Συνέπεια: *Αδυναμία διαπραγμάτευσης με τους ισχυρούς tour-operators.*

10. Διοικητικά εμπόδια εισόδου νέων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές (κορεσμός).

Συνέπεια: *Έλλειψη κινήτρων αναβάθμισης, παράνομη λειτουργία καταλυμάτων.*

11. Μικρό μέγεθος των μη - ξενοδοχειακών τουριστικών επιχειρήσεων.

Συνέπεια: *Πληθώρα φορέων, προβλήματα βιωσιμότητας και δυσκολία προσαρμογής στα νέα τεχνολογικά δεδομένα.*

12. Νέα κατάσταση: Μετά το χτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001, την οικονομική κρίση στην Ιαπωνία, τις λατινικές χώρες, τη σχετική οικονομική κρίση στη Γερμανία, αλλαγή κλίματος και διάθεσης για τουρισμό από ξένους επισκέπτες.

Συνέπεια: *Τόνωση προβολής – Αναζήτηση νέων αγορών.*

1.1.4.2 Στόχοι τουριστικής πολιτικής

Στόχος της πολιτικής αυτής αποτελεί η στροφή από την τουριστική "μονοκαλλιέργεια" στην **πολυμορφία**, την **ποιότητα** και τη **βιωσιμότητα** του τουριστικού προϊόντος με τους παρακάτω τρόπους.

1. Αξιοποίηση περιουσίας (Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.):

- Διαγωνισμός αξιοποίησης περιουσίας.
- Προκήρυξη νέων έργων.

2. Ολοκληρωμένες τουριστικές εγκαταστάσεις:

- Συνεκμετάλλευση ETA – ιδιωτικών κεφαλαίων.
- ΠΟΤΑ (Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης).

3. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου

- Προβολή ευνοϊκών πακέτων off-season: Μάρτιος και Νοέμβριος.
- Επέκταση δραστηριοτήτων προσέλκυσης (συνεδριακός, αθλητικός, θρησκευτικός κλπ.).
- Προβολή Αθήνας – Θεσσαλονίκης .

4. Ολυμπιακός τουρισμός :

- Φιλοξενία 2004.
- Βελτίωση τουριστικών υποδομών Αττικής (Παραλία, Θεματικά Πάρκα, συνεδριακοί χώροι κ.λ.π.).
- Προβολή Αθηνών.
- Νέες μονάδες πολυτελείας στην Αττική.
- Αναδιοργάνωση Φεστιβάλ: Έγκαιρο πρόγραμμα, διεθνείς συνεργασίες.

5. Οικοτουρισμός:

- Τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία περιβάλλοντος.
- Ευκαιρία ανάδειξης εγκαταλειμμένων χωριών και περιοχών.
- Δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων. Νέα επαγγέλματα.
- Ειδικές δράσεις Γ'ΚΠΣ. Συνεργασία με δήμους.

6. Προβολή – προωθητικές ενέργειες:

- Διαφήμιση.
- Δημόσιες Σχέσεις.
- Προωθητικές ενέργειες.

7. Τουριστική Εκπαίδευση :

- Εκσυγχρονισμός σχολών. Αναβάθμιση και διαπίστευση ειδικοτήτων.
- Ένταξη νέων ειδικοτήσεων, ιδιαίτερα στον οικοτουρισμό.
- Συντονισμός με Τ.Ε.Ι. και Α.Ε.Ι.

8. Αντιμετώπιση διοικητικών εκκρεμοτήτων:

- Επιτροπή Οικονομικής και Κοινωνικής Πολιτικής
- Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού.

1.1.4.3 Μέτρα για τις τουριστικές επιχειρήσεις

1. Αναβάθμιση καταλυμάτων (σύστημα Αστέρων + κλειδιών):

- Προδιαγραφές

- Επενδυτικά κίνητρα

- Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια.

2. Αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαιρέτων τουριστικών επιχειρήσεων:

- Δυνατότητα ελέγχων για την ασφάλεια λειτουργίας

- Καθιέρωση αντικινήτρων για παράνομες τουριστικές επιχειρήσεις.

3. Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων

- Κίνητρα συγχωνεύσεων, συγκεντρώσεων και συντονισμού των ξενοδοχειακών και των εν γένει τουριστικών επιχειρήσεων.

4. Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες.

- Διαδίκτυο

- Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Tour - operating

- Marketing

- Χρήση νέων τεχνολογιών για την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς τουριστικού προϊόντος.

5. Ταμείο Αντασφάλισης Τουριστικών Επιχειρήσεων.

- Αντιμετώπιση του φαινομένου αποζημιώσεων επιχειρήσεων σε δυσμενείς συνθήκες.

6. Χρηματοδότηση επενδύσεων από το Γ'ΚΠΣ

- Τομεακό Πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης

- Κοινωνία της Πληροφορίας

- Τομεακά Προγράμματα Ενέργειας και Έρευνας

- Περιφερειακά Προγράμματα

7. Μελέτες τουριστικής ανάπτυξης ανά περιφέρεια.

Στη συνέχεια θα παρουσιασθεί μία ανάλυση των επιμέρους δράσεων, σε συνάρτηση με τις βασικές τοποθετήσεις - εκτιμήσεις του ΥΠΙΑΝ και θα δοθεί έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό και τις δυνατότητες ανάπτυξής του στη χώρα μας.

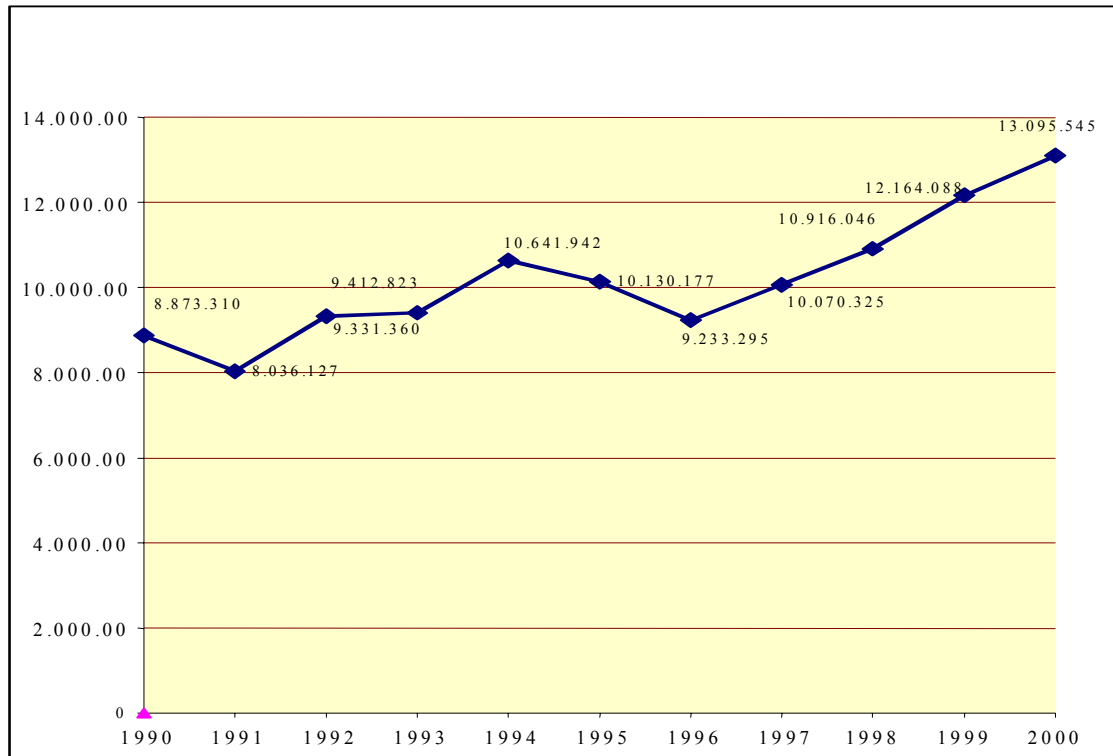
1.1.5 Η ζήτηση του ελληνικού τουρισμού

1.Αφίξεις και διανυκτερεύσεις τουριστών

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά το έτος το 2002 η Ελλάδα με 14.179.999 αφίξεις αλλοδαπών ταξιδιωτών στα σύνορα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια

κατάταξη των χωρών υποδοχής, σημειώνοντας αύξηση +0,87% έναντι του 2001. (πηγή: ΕΣΥΕ). Το 2000 πραγματοποιήθηκαν 13.095.545 αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα όπως καταγράφεται στο Διάγραμμα 1.

Διάγραμμα 1 : Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα (1990-2000)



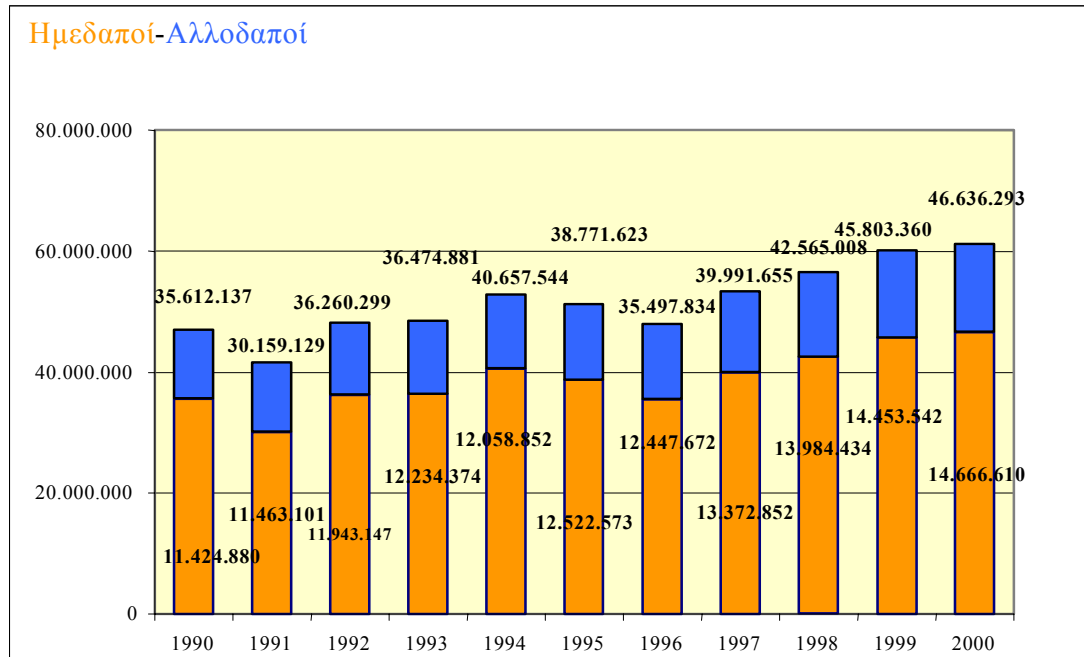
Πηγή : ΕΣΥΕ

Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2002 ήταν μειωμένες κατά -3,72% έναντι του 2001 και αποτέλεσαν το 73,61% του συνόλου των αφίξεων. Επίσης μειωμένες εμφανίστηκαν και οι αφίξεις θαλασσίως κατά -1,38%, ενώ οι αφίξεις οδικώς παρουσίασαν αύξηση κατά +16,52%, οφειλόμενη σε μεγάλο βαθμό στους ταξιδιώτες προερχόμενους από την Αλβανία. Οι αφίξεις ξένων επισκεπτών με κρουαζιέρες, εμφανίζουν τα τελευταία χρόνια κάμψη κατά 20% έναντι του 1996. Η φθίνουσα αυτή τάση οφείλεται κυρίως στην εξάρτηση από την αμερικάνικη αγορά.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τις διανυκτερεύσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες, το 2001 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 61.567.209 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών (αύξηση 0,43% έναντι του 2000). Οι έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης,

δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.983.243 διανυκτερεύσεις, ενώ οι αλλοδαποί 46.636.293. Από το Διάγραμμα 2 φαίνεται ότι οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών το έτος 2000 ήταν 61.302.903.

Διάγραμμα 2 : Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών στην Ελλάδα



Πηγή : ΕΣΥΕ

2. Κατά κεφαλή δαπάνη

Τα έσοδα από τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα, έχουν σημειώσει θεαματική άνοδο τα τελευταία 30 χρόνια. Σε τρέχουσες τιμές η κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη έχει τριπλασιαστεί. Η μέση δαπάνη κατά κεφαλή αφικνούμενου αλλοδαπού τουρίστα, σε τρέχουσες τιμές, κυμαινόταν γύρω στα 300 δολ. ΗΠΑ στη διάρκεια της δεκαετίας του '80, άρχισε να αυξάνεται όμως σημαντικά προς το τέλος της δεκαετίας του '90. Το 2000 έφθασε τα 704 δολάρια ΗΠΑ (776 ευρώ).

3. Προέλευση τουριστικής ζήτησης

Το έτος 2000, ποσοστό 70,4% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στα σύνορα πραγματοποιήθηκαν από πολίτες της ΕΕ, 21% από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ μόλις 2,5% πραγματοποιήθηκαν από την Αμερικανική Ήπειρο. Το 1981 η συμμετοχή της

Ευρώπης στο σύνολο της ζήτησης ήταν 74%, ενώ της Αμερικής 8%. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ζήτησης είναι το υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενου τουρισμού (repeaters), που το καλοκαίρι του 1998 ήταν 55%.

Σημαντικό τμήμα της ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών προέρχεται από την εσωτερική αγορά και μάλιστα βαίνει αυξανόμενο. Το 25% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας πραγματοποιούνται από ημεδαπούς, αλλά μόνο το 10% γίνεται από έλληνες τουρίστες που κάνουν διακοπές, και άλλο ένα 10% ταξιδεύει για επιχειρηματικούς σκοπούς. Ο εσωτερικός τουρισμός καλύπτει συχνά τα ελλείμματα σε περιόδους ύφεσης της κίνησης από το εξωτερικό.

4. Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

- **Τουριστική μονοκαλλιέργεια:**

Η ζήτηση για τη χώρα μας και τους επί μέρους προορισμούς της αφορά σε συντριπτικό βαθμό την κυρίαρχη μορφή οργανωμένης ζήτησης για «**Ηλιο και Θάλασσα**».

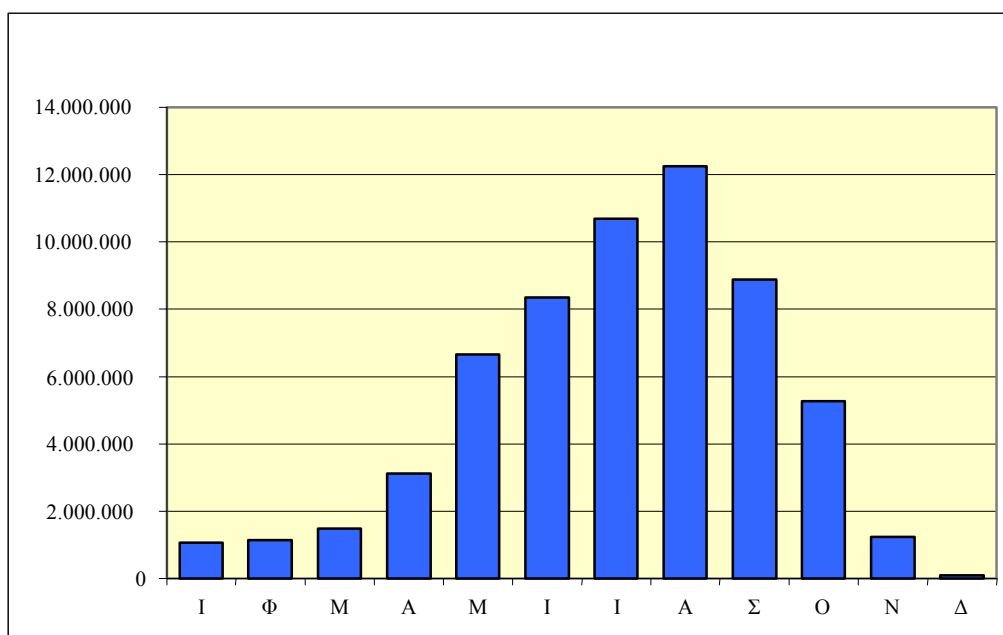
- **Μέση διάρκεια παραμονής :**

Η μέση διάρκεια των διακοπών αλλοδαπών στα ελληνικά θέρετρα είναι 15 ημέρες, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους σε ξενοδοχειακά καταλύματα είναι 6 ημέρες.

- **Εποχικότητα ζήτησης :**

Η εξ' αλλοδαπής τουριστική ζήτηση εμφανίζει υψηλό βαθμό χρονικής συγκέντρωσης και κατευθύνεται κυρίως σε προορισμούς στους οποίους κυριαρχεί η μορφή του μαζικού παραθεριστικού τουρισμού. Η ζήτηση της παραδοσιακής 7μηνης τουριστικής περιόδου (Απρίλιος-Οκτώβριος) παρουσιάζει μια αυξανόμενη εποχικότητα όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 3. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούνται στη διάρκεια του επταμήνου ήταν το 92% του γενικού συνόλου το 2000. Το ίδιο ισχύει για το τετράμηνο, που αποτελεί την αιχμή της τουριστικής περιόδου (Ιούνιος-Σεπτέμβριος), το οποίο ήταν το 67% του συνόλου το 2000.

Διάγραμμα 3 : Εποχικότητα διανυκτερεύσεων τουριστών στην Ελλάδα (2000)



Πηγή : ΕΣΥΕ

5. Οργάνωση της διεθνούς αγοράς

Η διεθνής αγορά προς τους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς χαρακτηρίζεται από έντονα φαινόμενα συγκέντρωσης και καθετοποίησης των ξένων ταξιδιωτικών επιχειρήσεων. Οι συγχωνεύσεις μεγάλων τουριστικών ομίλων, οι αλληπάλληλες και εξελισσόμενες εξαγορές και συμμαχίες μεταξύ πιστωτικών συγκροτημάτων, αερομεταφορέων και τουριστικών επιχειρήσεων μαζικών πωλήσεων-πακέτων (tour operators) έχουν αλλάξει ριζικά την αγορά. Εκτός από το διεθνή ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς, ο ελληνικός τουρισμός έχει πλέον να αντιμετωπίσει και τις ολιγοψωνιακές έως και μονοψωνιακές καταστάσεις, που κατευθύνουν τις μαζικές τουριστικές ροές.

6. Συμβολή του τουρισμού στην οικονομία

Διαπιστώνεται σημαντική σταδιακή βελτίωση της συμμετοχής του Τουρισμού στα βασικά μεγέθη της Οικονομίας παρά το ότι οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2002 έφθασαν τα 10.285 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας ελαφρά μείωση κατά 2,8% έναντι του 2001, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται

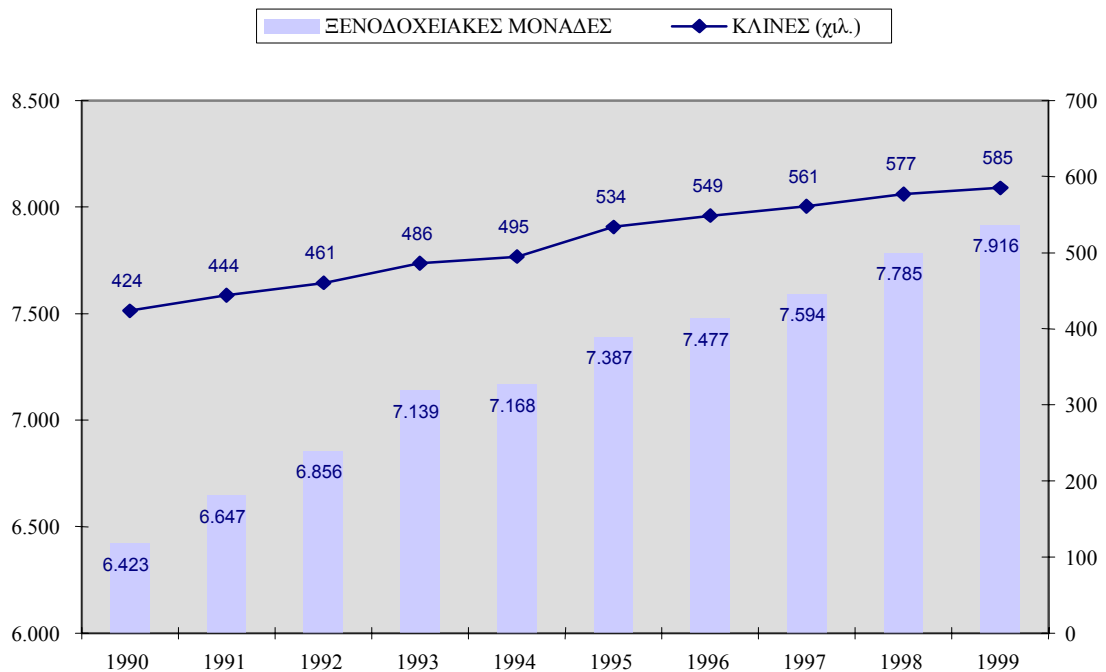
έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων. Στον τουριστικό τομέα απασχολείται περίπου το 10% του συνόλου των απασχολούμενων.

1.1.6 Η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών

1. Τουριστικά Καταλύματα

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 1999 ήταν 585.000 κλίνες σε 7.916 ξενοδοχειακές μονάδες (Διάγραμμα 4). Ενώ το 2003 είναι 628.170 κλίνες σε 330.970 δωμάτια που ανήκουν συνολικά σε 8.550 ξενοδοχειακές μονάδες.

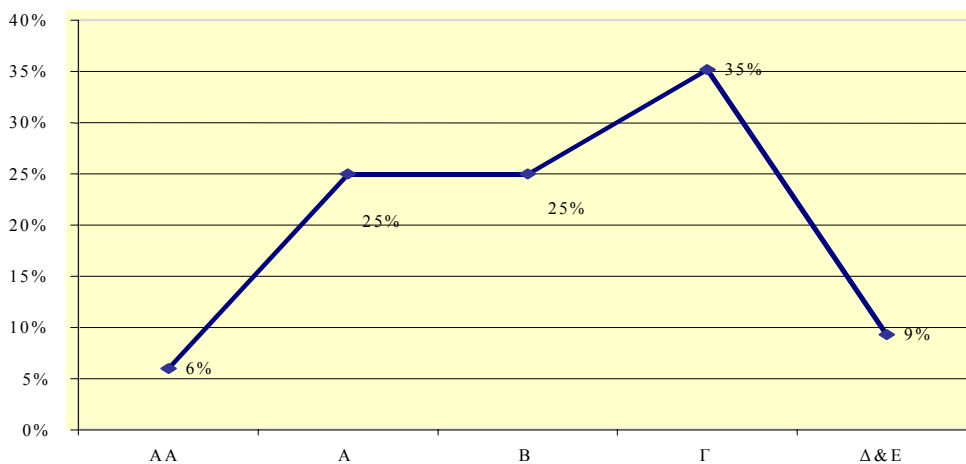
Διάγραμμα 4 : Ξενοδοχειακή Υποδομή



Πηγή : ΕΣΥΕ

Η κατανομή των υφιστάμενων μονάδων σε τάξεις, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 5 έχει το 56% σε μονάδες πολυτελείας (ΑΑ) και κατηγορίας Β, και το 44% στις χαμηλές κατηγορίες (Γ,Δ,Ε).

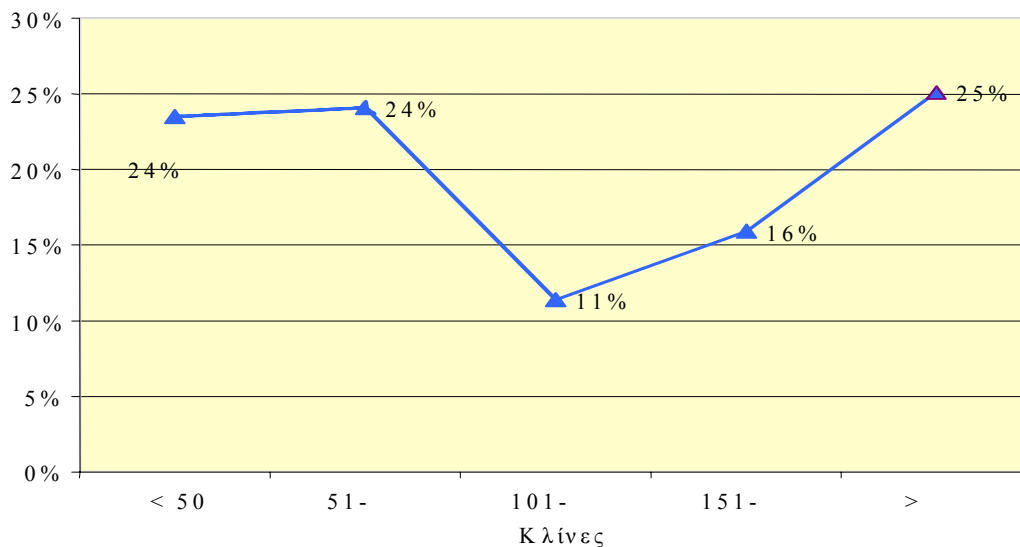
Διάγραμμα 5 : Κατανομή Ξενοδοχειακών Κλινών Ανά Κατηγορία



Πηγή : ΕΣΥΕ

Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 6, η αγορά χαρακτηρίζεται επίσης από το μικρό μέγεθος των μονάδων, αφού το ήμισυ σχεδόν των μονάδων έχει κάτω από 100 κλίνες.

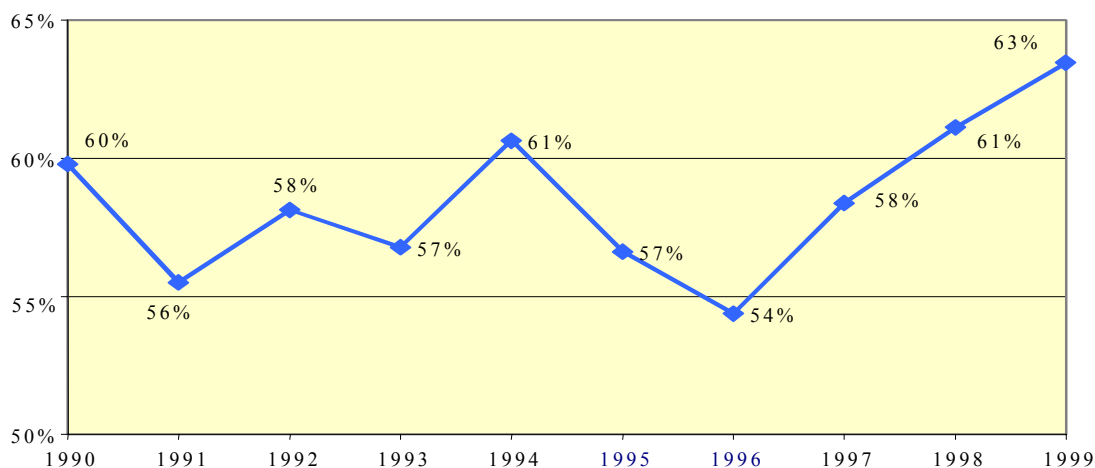
Διάγραμμα 6 : Κατανομή Κλινών ανά Μέγεθος Ξενοδοχειακής Μονάδας



Πηγή : ΕΣΥΕ

Η μέση μηνιαία πληρότητα των ξενοδοχείων είναι 65% (στοιχεία 2000). Ενώ, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 7 το 1999 η μέση ετήσια πληρότητα ήταν 63%.

Διάγραμμα 7 : Μέση ετήσια πληρότητα Ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Ελλάδα (1990-1999)



Πηγή : ΕΣΥΕ

Στην Ελλάδα υπάρχουν επίσης άλλες 420.000 κλίνες σε 28.000 μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων καθώς και 30.241 θέσεις κατασκήνωσης και 1.005 οικίσκοι σε 352 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 93.738 άτομα.

Μαζί με τις ξενοδοχειακές κλίνες, το σύνολο των νομίμων τουριστικών καταλυμάτων κάθε κατηγορίας έχει δυναμικότητα φιλοξενίας 1.100.000 ατόμων.

2. Εγκαταστάσεις ειδικής υποδομής

Στη χώρα λειτουργούν οι εξής ειδικές υποδομές:

- 5 Συνεδριακά Κέντρα με δυναμικότητα 2.400 συνέδρων που έχουν λάβει ειδικό σήμα του ΕΟΤ. 9 νέα Συνεδριακά Κέντρα έχουν υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο, άλλα 12 έχουν λάβει έγκριση αρχιτεκτονικών σχεδίων ΕΟΤ και τέλος άλλα 9 διαθέτουν έγκριση σκοπιμότητας υπαγωγής στον αναπτυξιακό νόμο.
- 453 αίθουσες συνεδρίων και συσκέψεων δυναμικότητας από 10 έως και πλέον των 1000 ατόμων σε 150 ξενοδοχεία, που λειτουργούν με ειδικό σήμα ΕΟΤ.
- 5 Γήπεδα Γκολφ (4 των 18 οπών και ένα των 9), ενώ άλλο ένα γήπεδο γκολφ έχει υπαχθεί στον αναπτυξιακό νόμο.

- 2 Κέντρα Θαλασσοθεραπείας με σήμα ΕΟΤ, άλλο ένα είναι υπό κατασκευή και άλλα 5 έχουν έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- ένα σύγχρονο ιδιωτικό υδροθεραπευτήριο και άλλο ένα έχει έγκριση σκοπιμότητας ΕΟΤ.
- Κατασκευάζονται 4 ιδιωτικές μαρίνες και ξενοδοχειακοί λιμένες.

3. Άλλες τουριστικές επιχειρήσεις

Υπάρχουν επίσης άλλες κατηγορίες τουριστικών επιχειρήσεων, ως εξής:

- 4.500 τουριστικά γραφεία,
- 738 Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών,
- 1.455 Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων ΙΧ χωρίς οδηγό
- 200 ναυλομεσιτικά γραφεία
- 2000 περίπου διπλωματούχοι ξεναγοί ως ατομικοί επαγγελματίες.

4. Διάρθρωση τουριστικών επιχειρήσεων

• Γεωγραφική κατανομή:

Με βάση τη γεωγραφική κατανομή των ξενοδοχείων, γύρω από τα οποία συγκεντρώνονται συνήθως οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις, διαπιστώνεται μια έντονη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε λίγες περιοχές της χώρας. Πέντε από τις 13 Περιφέρειες συγκεντρώνουν το 75% των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, ενώ παρουσιάζονται σημαντικές οι διαφορές συγκέντρωσης και εντός της περιφέρειας. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις σε κλίνες παρατηρούνται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24% του συνόλου), την Κρήτη (19%), τα Ιόνια Νησιά (11%), την Αττική (11%) και την Κεντρική Μακεδονία (10%).

• Συγκέντρωση και καθετοποίηση:

Το κύριο χαρακτηριστικό των μονάδων είναι το μικρό μέγεθος, το οποίο ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για μια σειρά αδυναμιών και δυσλειτουργιών, όπως χαμηλή στάθμη προσφερομένων υπηρεσιών, αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων των αγορών και των απαιτήσεων της ζήτησης, καθώς και των τάσεων της προσφοράς σε ανταγωνιστικούς προορισμούς, αδυναμία επίτευξης οικονομιών κλίμακας κλπ.

- Όλες οι μονάδες ενοικιαζομένων δωματίων και διαμερισμάτων είναι Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις (ΠΜΕ) με έως 15-20 δωμάτια. Άνω του 98% των λοιπών μορφών τουριστικών επιχειρήσεων (τουριστικά γραφεία, ναυλομεσιτικά γραφεία, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων Ι.Χ κλπ) είναι μικρού μεγέθους και απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα η καθεμία.

- Η τάση μεγέθυνσης των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ασθενής. Υπάρχουν 47 μικρές αλυσίδες ξενοδοχείων οι οποίες όμως, δεν είναι ομοιογενείς και συγκρίσιμες γιατί περιλαμβάνουν ξενοδοχεία της αυτής ή διαφορετικής ιδιοκτησίας, αλυσίδες απλής διοίκησης (management), συνενώσεις σε επίπεδο μάρκετινγκ και πωλήσεων ή και διεθνή δίκτυα πωλήσεων.

- Καθετοποίηση με άλλα τμήματα της τουριστικής αλυσίδας παρατηρείται σε ελάχιστες μόνο περιπτώσεις (πχ. κρουαζιερόπλοια, tour-operating, περιηγήσεις κλπ). Τα τελευταία χρόνια ενισχύεται η τάση εξαγοράς ελληνικών ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων από ξένους οίκους, με ιδιαίτερη παρουσία ξενοδοχειακές μονάδες κυπριακών συμφερόντων. Πρέπει επίσης, να σημειωθεί η συμμετοχή τουριστικών επιχειρήσεων σε αεροπορικές εταιρείες.

- **Εποχικότητα λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων:**

Ένα άλλο σημαντικό χαρακτηριστικό της ελληνικής τουριστικής προσφοράς είναι η εποχική λειτουργία και εκμετάλλευση. Η εποχική λειτουργία χαρακτηρίζει και την υπόλοιπη τουριστική προσφορά των συμπληρωματικών τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης, αναψυχής κλπ, οι οποίες όπως είναι φυσικό συγκεντρώνονται και λειτουργούν όπου και όταν υφίσταται σημαντική δυναμικότητα σε ξενοδοχειακές κλίνες.

- Στους παραδοσιακούς παραθεριστικούς προορισμούς, η εποχικότητα λειτουργίας εμφανίζεται ακόμα πιο έντονη με έντονη επίδραση στην ανεργία.

5. Εμπόδια εισόδου επιχειρήσεων: Καθεστώς «κορεσμού»

Με την Υπουργική Απόφαση 2647/86 ορισμένες περιοχές της χώρας χαρακτηρίστηκαν ως *‘Περιοχές Ελέγχου Τουριστικής Ανάπτυξης’* τμήματα των περιοχών αυτών που παρουσίαζαν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών κλινών, χαρακτηρίστηκαν ως *«Κορεσμένες Τουριστικά Περιοχές»*, στις οποίες δεν επιτρέπεται η ανέγερση νέων

ξενοδοχείων ή η επέκταση των λειτουργούντων. Το αποτέλεσμα της επιβολής θεσμικών εμποδίων εισόδου στο ξενοδοχειακό κλάδο ήταν τα εξής:

- να προστατεύονται αδιακρίτως καλές και κακές επιχειρήσεις,
- να μην επιτρέπεται η δημιουργία καλύτερων από τις υφιστάμενες μονάδων,
- να εμποδίζεται η φυσική ανανέωση και αναβάθμιση των επιχειρήσεων του κλάδου,
- να υπάρχουν ποιοτικά και ποσοτικά υποδεέστερες μονάδες τόσο από αυτές που απαιτεί το επίπεδο του ελληνικού τουρισμού, όσο και κατώτερες των δυνατοτήτων των ελληνικών επιχειρήσεων,
- να υποβαθμίζεται τελικά το τουριστικό προϊόν αφού η χαμηλότερη ποιότητα διαμορφώνει και υποβαθμισμένη κατανάλωση.

1.2 ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.2.1 Γενικά

Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της Κρητικής οικονομίας. Γενικά έχει μια ικανοποιητική απόδοση τα τελευταία χρόνια παρά τη διαπίστωση ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν έχουν πάντα το απαιτούμενο επίπεδο ποιότητας το οποίο θα πρέπει και να προβληματίσει.

1.2.2 Υπάρχουσα κατάσταση

Υπολογίζεται ότι η Κρήτη έχει δυναμικότητα μεγαλύτερη των 200.000 κλινών σε ξενοδοχεία και διαμερίσματα. Από αυτά, 45.000 είναι Α' κατηγορίας ή λουξ ξενοδοχεία που γενικά χαρακτηρίζονται ανταγωνιστικά και παρουσιάζουν ζήτηση. Υπάρχουν ακόμη 65.000 κλίνες είναι σε ξενοδοχεία χαμηλότερων κατηγοριών (συνήθως Γ κατηγορία) και το λιγότερο 75.000 είναι διαμερίσματα. Η τελευταία κατηγορία είναι αυτή που δεν συνεισφέρει πάντα στην εξασφάλιση υψηλής ποιότητας του τουριστικού προϊόντος.

Διανυκτερεύσεις

Εάν ο αριθμός των αφικνούμενων τουριστών - πελατών είναι βασικός προσδιοριστικός παράγοντας του μεγέθους και της εξέλιξης μιας τουριστικής αγοράς, εξίσου

σημαντικός από πλευράς μεγέθους είναι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων ανά τουρίστα, συμβάλει επίσης στη διαμόρφωση των πληροτήτων των ξενοδοχειακών μονάδων. Αυξημένες διανυκτερεύσεις ανά τουρίστα σημαίνουν και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση των υποδομών, τόσο των ξενοδοχειακών όσο και των μεταφορικών.

Στον Πίνακα 2 καταγράφεται η εξέλιξη των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών στο σύνολο της Κρήτης, κατά την πενταετία 1998 - 2002. Ενώ στον Πίνακα 3 καταγράφονται οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών κατά νομό.

Οι συνολικές διανυκτερεύσεις τουριστών στην Κρήτη παρέμειναν σχεδόν στάσιμες μεταξύ 2000 και 2002, σε περίπου 12 εκ. Ωστόσο, έχει σημειωθεί κάμψη έναντι του 1999, όταν ανήλθαν σε 13,1 εκ. Εντυπωσιακό είναι το μέσο μερίδιο του νομού Ηρακλείου στο σύνολο διανυκτερεύσεων της πενταετίας 1998 - 2002 όπου ήταν 47,8%. Η συντριπτική πλειονότητα των διανυκτερεύσεων αφορά αλλοδαπούς τουρίστες, το ποσοστό συμμετοχής των οποίων, στο σύνολο των διανυκτερεύσεων, κυμάνθηκε περί το 93% την τελευταία πενταετία.

Πίνακας 2 : Οι Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Κρήτη

| Έτος | Διανυκτερεύσεις | % Μεταβολή |
|------|-----------------|------------|
| 1998 | 11.830.707 | 2,9 |
| 1999 | 13.116.526 | 10,9 |
| 2000 | 12.457.367 | -5,0 |
| 2001 | 23.579.897 | 1,0 |
| 2002 | 12.206.645 | -3,0 |

Πηγή: ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2003

Πίνακας 3 : Οι Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών κατά Νομό

| Νομός | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Χανίων | 1.780.763 | 2.058.706 | 1.982.430 | 2.388.243 | 2.052.486 |
| Ρεθύμνης | 1.992.442 | 2.239.607 | 2.055.892 | 2.015.480 | 2.125.359 |
| Ηρακλείου | 5.437.006 | 5.913.645 | 5.756.873 | 5.496.907 | 5.368.667 |
| Λασιθίου | 1.780.079 | 2.038.519 | 1.846.506 | 1.771.283 | 1.780.222 |
| Σύνολο | 10.990.290 | 12.250.477 | 11.641.701 | 11.671.913 | 11.326.222 |

Πηγή: ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2003

Πίνακας 4 : Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία (έτος 2000)

| | ΚΡΗΤΗ | %ΚΡΗΤΗ | % ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ | ΕΛΛΑΔΑ | % ΕΛΛΑΔΑ |
|-----------|------------|--------|-------------------|------------|----------|
| Ημεδαποί | 815.666 | 6,55 | 5,44% | 14.983.243 | 24,32 |
| Αλλοδαποί | 11.641.701 | 93,45 | 24,96% | 46.636.293 | 75,68 |
| Σύνολο | 12.457.367 | 100% | 20,22% | 61.619.536 | 100% |

Πηγή : ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Από τον Πίνακα 4 διαπιστώνεται μικρή συμμετοχή της Κρήτης στο μερίδιο του εσωτερικού τουρισμού σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα και ταυτόχρονα η υπεροχή της σε σχέση με τους αλλοδαπούς επισκέπτες. Στην ουσία το 1/4 των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Ελλάδα αντιστοιχεί στην Κρήτη, ενώ όσον αφορά τους Έλληνες περίπου το 1/20.

Ένα στοιχείο με ιδιαίτερη σημασία είναι ότι οι περισσότερες διανυκτερεύσεις αλλοδαπών πραγματοποιούνται σε ξενοδοχεία πολυτελείας και Α τάξης. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται περίπου στο 68% ήτοι 2/3.

Πίνακας 5 : Πληρότητα καταλυμάτων 2000 -2002

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------|-------|-------|-------|
| N. Ηρακλείου | 83,28 | 76,01 | 77,08 |
| N. Λασιθίου | 72,98 | 66,63 | 65,77 |
| N. Ρεθύμνης | 86,07 | 79,01 | 77,33 |
| N. Χανίων | 73,14 | 77,10 | 73,43 |
| ΚΡΗΤΗ | 79,94 | 75,12 | 74,41 |

Πηγή : ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 5 υπογραμμίζεται η φθίνουσα πορεία σε ότι αφορά την πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, με το νομό Χανίων να εμφανίζει τη μεγαλύτερη σταθερότητα. Παρ' όλα αυτά η Κρήτη διατηρεί υψηλότερα ποσοστά πληρότητας σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.

Εξέλιξη ξενοδοχειακών μονάδων και κλινών Ελλάδας και Κρήτης

Η Κρήτη υπήρξε πρωτοπόρα και καινοτόμος στον ελληνικό τουριστικό τομέα. Διαθέτει σημαντικές, μεγάλες, υψηλών τάξεων μονάδες. Το μερίδιο των μονάδων πολυτελείας και Α τάξης στο σύνολο των ξενοδοχείων όπως φαίνεται από τον Πίνακα 6 ήταν 14,5% το 2002, αλλά το αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο των κλινών ήταν 39,1%, γεγονός που δείχνει ότι το μέσο μέγεθος των μονάδων των τάξεων αυτών είναι μεγαλύτερο αυτού του συνόλου των ξενοδοχείων της Κρήτης.

Πίνακας 6 : Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Κρήτης (2002)

| Τάξη | Μονάδες | Κλίνες | Μέσο Μέγεθος* |
|--------------------|---------|---------|---------------|
| ΑΑ | 21 | 10.247 | 488 |
| A | 177 | 36.947 | 209 |
| B | 284 | 27.880 | 98 |
| Γ | 728 | 40.492 | 56 |
| Δ&Ε | 156 | 5.100 | 33 |
| Σύνολο | 1.366 | 120.666 | 88 |
| *κλίνες ανά μονάδα | | | |

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης , 2003

Κατανομή των Κλινών της Κρήτης κατά Νομό και Κατηγορία Ξενοδοχείων

Με βάση τα στοιχεία των Ξενοδοχειακών Επιμελητηρίων (ICAP 2001) είναι δυνατόν να κατασκευασθούν δείκτες Συγκριτικής Ποιότητας - Επιπέδου της ξενοδοχειακής υποδομής, τόσο για τα ξενοδοχεία των Νομών της Κρήτης όσο και για όλη την Κρήτη και την Ελλάδα, γενικότερα.

Τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν από τη συγκριτική ανάλυση της ποιότητας της ξενοδοχειακής υποδομής των νομών, συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Η κεντρική τάση των κατηγοριών των ξενοδοχείων της Κρήτης τείνει επίσης προς την Κατηγορία Β'.
- Όσον αφορά τους επί μέρους Νομούς ο Ν. Ηρακλείου τείνει προς την Κατηγορία Α', ο Ν. Λασιθίου προς την Β' με μικρή διαφορά από τον Ν. Ηρακλείου, ο Ν. Ρεθύμνης επίσης προς την Β, αλλά με αρκετή διαφορά από τον Ν. Λασιθίου και, τέλος, ο Ν. Χανίων προς την Γ'.
- Περαιτέρω ανάλυση των στοιχείων δείχνει ότι, σε σχέση με το σύνολο της Ελλάδος, η μεγαλύτερη συγκέντρωση προς τις υψηλότερες κατηγορίες που αναφέρθηκε προηγουμένως όντως εμφανίζεται, κατά κύριο λόγο εξαιτίας του μίγματος κατηγοριών του Ηρακλείου και, κατά δεύτερο λόγο, εξαιτίας του αντίστοιχου μίγματος των κατηγοριών του Λασιθίου.

Υποδομές

Οι δύο σημαντικότερες υποδομές για την τουριστική ανάπτυξη είναι ο τομέας των μεταφορών και των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων. Στην περίπτωση της Κρήτης, όπως ήδη επισημάνθηκε, η κρισιμότερη συνιστώσα των μεταφορικών υποδομών είναι οι υποδομές σε αεροδρόμια. Σε αντίθεση με τις ξενοδοχειακές υποδομές που χαρακτηρίζονται από κατατμημότητα (divisibility) που μπορεί να οδηγήσει σε πιο ευέλικτη, προσαρμογή στις απαιτήσεις, οι αεροπορικές υποδομές απαιτούν μακροχρόνιο λεπτομερή σχεδιασμό και πολυδάπανες επενδύσεις. Τα αεροδρόμια του Ηρακλείου και των Χανίων από επαρχιακά αεροδρόμια των δεκαετιών του 60 και 70, εξελίχθηκαν σε σημαντικότερα διεθνή αεροδρόμια.

Πίνακας 7 : Αφίξεις charters στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων (2002)

| | |
|---------------------|--------|
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 25.79% |
| Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ | 17.85% |
| ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ | 17.15% |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 6.79% |
| ΓΑΛΛΙΑ | 8.00% |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 3.76% |
| ΒΕΛΓΙΟ-ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ | 4.01% |
| ΕΛΒΕΤΙΑ | 2.41% |
| ΙΤΑΛΙΑ | 3.51% |
| ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ | 3.55% |
| ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ | 7.18% |

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης , 2002

Από τον Πίνακα 7 όπου καταγράφονται οι αφίξεις charters στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων, γίνεται αντιληπτό ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά αφίξεων charters προέρχονται από τη Γερμανία, τη Μ. Βρετανία και τη Σκανδιναβία.

Σύμφωνα με έρευνα (πηγή : ICAP 2001) που πραγματοποιήθηκε με προσωπικές συνεντεύξεις στα αεροδρόμια των Χανίων και του Ηρακλείου με τουρίστες κατά την αναχώρησή τους από την Κρήτη, προέκυψαν κάποια χαρακτηριστικά και πρότυπα συμπεριφοράς τους. Τα ερωτηματολόγια είχαν μεταφραστεί σε τέσσερις γλώσσες και συμπληρώνονταν από τον ίδιο τον ερωτώμενο.

- Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και στρωματοποιημένη ως προς τον τόπο διαμονής των ερωτώμενων.
- Συνολικά πραγματοποιήθηκαν 1.111 συνεντεύξεις.
- Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν από τις 19 Σεπτεμβρίου μέχρι τις 28 Σεπτεμβρίου 2000.
- Πραγματοποιήθηκε λογικός έλεγχος στο 100% των ερωτηματολογίων και με συνοδεία του υπευθύνου της έρευνας πραγματοποιήθηκαν 410 συνεντεύξεις.

Οργάνωση των διακοπών στην Κρήτη

Το 83% των τουριστών δηλώνουν ότι οι διακοπές τους στην Κρήτη οργανώθηκαν από κάποιο τουριστικό γραφείο. Σε μεγαλύτερο βαθμό από τους υπόλοιπους οργανωμένες από τουριστικό γραφείο διακοπές έκαναν οι Άγγλοι και οι Σκανδιναβοί.

Πηγή ενημέρωσης για τη συγκεκριμένη περιοχή της Κρήτης που επισκέφθηκαν

Σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι (47%) ενημερώθηκαν για τη συγκεκριμένη περιοχή από φυλλάδια σε τουριστικά πρακτορεία ενώ ακόμα ένα μεγάλο μέρος των ερωτώμενων (29%) αναφέρουν ως πηγή ενημέρωσης τους τουριστικούς οδηγούς. Παρ' όλα αυτά το 32% των ερωτώμενων δηλώνουν ότι ενημερώθηκαν από φίλους και γνωστούς που είχαν ήδη επισκεφθεί την περιοχή.

Σημαντικότητα παραγόντων για την επιλογή των συγκεκριμένων διακοπών στην Κρήτη

Τα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής είναι η ελκυστικότητα των παραλιών και του φυσικού περιβάλλοντος καθώς και το αναμενόμενο επίπεδο της ποιότητας των υπηρεσιών.

Κατάλυμα στο οποίο έμειναν

- Το 65% των τουριστών έμειναν σε ξενοδοχείο ενώ το 27% έμεινε σε ενοικιαζόμενα δωμάτια.
- Οι Ολλανδοί, οι Σκανδιναβοί και οι Άγγλοι φαίνεται να προτιμούν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια περισσότερο από τους άλλους λαούς.

Ικανοποίηση ως προς συγκεκριμένους παράγοντες των διακοπών στην Κρήτη

- Τα στοιχεία που ικανοποίησαν περισσότερο από όλα τους ερωτώμενους είναι ο καιρός, τα καθαρά νερά, η φιλοξενία και τα τοπία και το φυσικό περιβάλλον.
- Τα στοιχεία που ικανοποίησαν λιγότερο τους ερωτώμενους είναι η σήμανση στους δρόμους, καθώς και η κατάσταση των δρόμων, τα αεροδρόμια και η καθαριότητα στις παραλίες.

- Τα άτομα άνω των 45 ετών φάνηκαν περισσότερο ικανοποιημένα από όλα σχεδόν τα θέματα σε σχέση με τα άτομα μικρότερων ηλικιακών ομάδων.
- Όσον αφορά την ικανοποίηση από τα **τοπία, οι Άγγλοι και οι Γάλλοι** είναι περισσότερο ικανοποιημένοι από τους υπόλοιπους λαούς.
- Όσον αφορά **τον καιρό** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Γάλλοι, οι Άγγλοι και οι Ολλανδοί.**
- Όσον αφορά **το φυσικό περιβάλλον** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Άγγλοι και οι Γερμανοί.**
- Όσον αφορά **τα εστιατόρια** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Άγγλοι και οι Αυστριακοί.**
- Όσον αφορά **τα αξιοθέατα** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Γάλλοι και οι Γερμανοί.**
- Όσον αφορά **τη φιλοξενία** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Άγγλοι και οι Γερμανοί.**
- Όσον αφορά **την ποιότητα των υπηρεσιών** περισσότερο ικανοποιημένοι εμφανίζονται **οι Άγγλοι και οι Αυστριακοί.**

1.2.3 Ανάλυση ισχυρών και ασθενών σημείων

Η ανάλυση των πλεονεκτημάτων, των μειονεκτημάτων, των απειλών και των ευκαιριών (SWOT analysis) για το τομέα του τουρισμού στην Κρήτη παρουσιάζει διάφορες πτυχές που άπτονται στην ανάπτυξη του τομέα. Η ανάλυση των μειονεκτημάτων παρουσιάζει τον τουριστικό τομέα να στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σε πρωτοβουλίες του δημόσιου τομέα (θέματα σχεδιασμού ανάπτυξης, προστασίας περιβάλλοντος κτλ.). Η αγορά των τουριστικών προϊόντων της Κρήτης είναι άκρως ανταγωνιστική και η Κρήτη πρέπει να αναλάβει άμεσες πρωτοβουλίες για την διατήρηση του εισοδήματος στον τουριστικό τομέα.

1.2.2.1 Πλεονεκτήματα

- Παραδοσιακός ‘δοκιμασμένος’ προορισμός για το τουρισμό. Το τουριστικό προϊόν είναι σχετικά καλής ποιότητας.
- Ισχυρή τάση προτίμησης από ένα μέρος της αγοράς, του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Μεγάλος αριθμός ξενοδοχείων που προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και ύπαρξη καλά οργανωμένων τουριστικών επιχειρηματιών (τοπικά).
- Υπάρχουν σημαντικά πολιτιστικά και ιστορικά μνημεία (δεν περιορίζονται μόνο στους αρχαιολογικούς χώρους).
- Υπάρχει ικανοποιητικό επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Το αίσθημα φιλοξενίας και προθυμίας για εξυπηρέτηση είναι αναπόσπαστο κομμάτι του πολιτισμικού επιπέδου των κατοίκων της Κρήτης.
- Το κλίμα είναι ευνοϊκό για κάθε είδους δραστηριότητα στην ύπαιθρο, κατά το μεγαλύτερο μέρος του έτους.
- Καλές αεροπορικές συγκοινωνίες.
- Πολύ καλές ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες και συχνά δρομολόγια με σύγχρονα πλοία μεταξύ της Κρήτης και της υπόλοιπης Ελλάδας

1.2.2.2 Μειονεκτήματα

- Η εποχικότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος είναι έντονη. Το 85% των αφίξεων των επισκεπτών στο νησί γίνονται στη περίοδο μεταξύ Μαΐου και Σεπτεμβρίου.
- Ο τουριστικός τομέας επηρεάζεται άμεσα από τα προβλήματα του περιβάλλοντος που προκαλούν άλλες δραστηριότητες.
- Η πολιτισμική επίδραση του τουρισμού έχει και αρνητικές επιπτώσεις.
- Η ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι ισόρροπη μεταξύ της βόρειας και νότιας ακτής του νησιού. Ο ρυθμός ανάπτυξης είναι υψηλός στη βόρεια πλευρά και σε λίγα διάσπαρτα σημεία της νότιας.
- Η κρατική υποδομή – δρόμοι, αεροδρόμια, αποχετεύσεις, συλλογή απορριμμάτων, ύδρευση- δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες του συνεχώς αυξανόμενου αριθμού επισκεπτών στο νησί.

- Για να επιτευχθεί κάλυψη των κλινών και αυξημένη εισροή τουριστών μειώνονται οι τιμές προσφοράς τουριστικών πακέτων, γεγονός που οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους και συνεπώς μείωση της δυνατότητας των επιχειρήσεων για επενδύσεις και περιορισμού της δυνατότητας προσέλκυσης τουριστών με ψηλό εισόδημα.
- Το τουριστικό προϊόν της Κρήτης στηρίζεται άμεσα στους ξένους τουριστικούς επιχειρηματίες και το γεγονός αυτό μειώνει τη ζήτηση της καινοτομίας στο τομέα του τουρισμού από το τοπικό σύστημα (εισαγόμενες καινοτομικές λύσεις)
- Το σύστημα εκπαίδευσης και διαρκούς επιμόρφωσης των εργαζομένων στο τομέα του τουρισμού είναι ανεπαρκές.
- Η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος δεν είναι πάντα η απαιτούμενη σε ορισμένους τομείς (π.χ. υπηρεσίες εστίασης και) το σύστημα πιστοποίησης και ελέγχου της ποιότητας είναι ανεπαρκές ή δεν υφίσταται.
- Ο έλεγχος για την ορθολογική οικιστική ανάπτυξη στις τουριστικές περιοχές είναι ελλιπής και μη αποτελεσματικός, με αποτέλεσμα να μη μπορεί να ανακοπεί η παράνομη και άναρχη δόμηση που αλλοιώνει την παραδοσιακή εικόνα του νησιού.

1.2.2.3 Απειλές

- Υψηλός ανταγωνισμός από άλλους τουριστικούς προορισμούς (γύρω από τη Μεσόγειο) με χαμηλότερο κόστος.
- Οι ξένοι τουριστικοί επιχειρηματίες αναπτύσσοντας συνεργασίες μεταξύ τους, επιτυγχάνουν καλύτερες τιμές προώθησης των τουριστικών προϊόντων σε σύγκριση με τους ντόπιους επιχειρηματίες.
- Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης στηρίζεται σε μία περιορισμένη αγορά (μικρός αριθμός διαφορετικών κρατών προέλευσης των τουριστών).
- Ο καλοκαιρινός τουρισμός είναι ευάλωτος στις μεταβολές των τιμών του τουριστικού προϊόντος (ευάλωτος και στις διακυμάνσεις της αγοράς συναλλάγματος).
- Έλλειψη σχεδιασμού στην ανάπτυξη έργων υποδομής, απειλεί περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (παράδειγμα, Γραμβούσα).
- Μη ορθολογικά σχεδιασμένη δημιουργία οδικών αρτηριών στη νότια πλευρά του νησιού μπορεί να ενθαρρύνει την άναρχη δόμηση και ανάπτυξη έργων υποδομής, όπως ακριβώς έγινε και στη βόρεια πλευρά.

- Δεν υπάρχει στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη.

1.2.3 Άξονες προτεραιότητας για την ανάπτυξη ενός στρατηγικού σχεδίου για τον τουρισμό της Κρήτης

Οι σκέψεις και ο ενθουσιασμός των ειδικών και των ενδιαφερομένων για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης εστιάζονται στα παρακάτω:

- Βελτίωση της ποιότητας του ‘παραδοσιακού’ τουριστικού προϊόντος της Κρήτης που προσελκύει και το μεγάλο ρεύμα μαζικού τουρισμού
- Νέα πακέτα τουριστικών προϊόντων
- Εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου
- Τουριστικό μάρκετινγκ και έρευνα αγοράς

Όλα τα παραπάνω χρειάζονται άμεση υποστήριξη από τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα με στόχο την δημιουργία υποδομών υψηλής ποιότητας που θα συμβάλει στον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας στρατηγικής για τον τουρισμό της Κρήτης. Είναι αναγκαίο να υιοθετηθούν προτεραιότητες σχετικά με τα έργα που θα υλοποιηθούν και γενικότερα με τις δράσεις που θα αναληφθούν ή εφαρμόζονται ήδη με στόχο τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Οι βασικοί άξονες της στρατηγικής για τη βελτίωση του τουρισμού της Κρήτης είναι οι εξής :

A. Ειδικές και γενικές υποδομές

- Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές χώρων αναψυχής και αθλητισμού (μονοπάτια για πεζοπορία, για ποδηλασία, για ιππασία, ανάπτυξη μαρίνων, αθλητικών κέντρων, πισίνες, κτλ.) με στόχο την βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών και την προσέλκυση υψηλού εισοδήματος επισκεπτών του νησιού.
- Επενδύσεις σε βασική υποδομή όπως αεροδρόμια, ύδρευση, αποχετευτικό σύστημα, παροχή ηλεκτρικής ενέργειας (ανανεώσιμες πηγές), τηλεπικοινωνίες, και μερικές βελτιώσεις στο οδικό δίκτυο του νησιού.

B. Καταλύματα

- Επένδυση σε μικρό αριθμό υψηλής ποιότητας καταλυμάτων σε επιλεγμένες περιοχές π.χ. σε ορεινές περιοχές, περιοχές λιγότερο αναπτυγμένες όπου προωθείται και η κατασκευή συμπληρωματικών χώρων αναψυχής. Θεσμοθέτηση κινήτρων για την προώθηση των παραπάνω επενδύσεων.
- Έλεγχος της ποιότητας των καταλυμάτων που λειτουργούν.
- Δημιουργία ενός αξιόπιστου καταλόγου που θα κατηγοριοποιεί τα καταλύματα διαμονής επισκεπτών (ξενοδοχεία, διαμερίσματα), που θα στηριχτεί σε επιτόπιους ελέγχους των αρμόδιων οργάνων.

Γ. Υπηρεσίες

- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής ποιότητας που στηρίζονται στην αξιοποίηση δεξιοτήτων και καινοτομικών πρακτικών που έχουν αναπτυχθεί στη Περιφέρεια της Κρήτης (πχ. ιατρικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός κλπ).
- Προώθηση των τουριστικών προϊόντων με σύγχρονες μεθόδους marketing.
- Βελτίωση της έντυπης ή άλλης μορφής παρουσίασης και περιγραφής των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων του νησιού ώστε ο επισκέπτης να έχει εύκολη πρόσβαση και πιο ολοκληρωμένη εικόνα της ιστορίας του νησιού.
- Αξιοποίηση των επιτυχημένων παραδειγμάτων που επιδεικνύει σήμερα ο τουριστικός τομέας της Κρήτης - ειδικά αυτών που στοχεύουν στην βελτίωση της ποιότητας τροφίμων και ποτών που διατίθενται από τα καταστήματα, στην εξυπηρέτηση πελατών, στην περιβαλλοντική διαχείριση, στην ορθολογική διαχείριση ακτών, κτλ.
- Οργάνωση μικρού αριθμού υψηλής ποιότητας και διεθνούς εμβέλειας καλλιτεχνικών, αθλητικών και πολιτισμικών εκδηλώσεων καθ' όλη την διάρκεια του έτους.
- Αύξηση των επενδύσεων στην εκπαίδευση των εργαζομένων στο τομέα του τουρισμού αλλά και στην ενημέρωση των πολιτών για τα έμμεσα και άμεσα αποτελέσματα της ανάπτυξης του τομέα του τουρισμού.

Δ. Περιβάλλον

- Προστασία και ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος (ακτές και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, ορεινές περιοχές, κτλ.) του νησιού, βελτίωση της

πρόσβασης σε αυτούς τους χώρους (μονοπάτια, ποδηλατοδιαδρομές, ειδικές διαδρομές για άλογα, κτλ.), και παραγωγή των κατάλληλων ενημερωτικών εντύπων και χαρτών που υποστηρίζουν τον επισκέπτη.

- Επίλυση του σημαντικότερου προβλήματος της διαχείρισης των στερεών απορριμμάτων στην Κρήτη και τις άναρχης οικιστικής ανάπτυξης. Βελτίωση της εικόνας που παρουσιάζει το νησί στον επισκέπτη.

Ε. Εισαγωγή καινοτομίας στον τουρισμό

Είναι κατανοητό ότι η εισαγωγή νέας τεχνολογίας θα μειώσει τη ζήτηση ορισμένων τουριστικών πακέτων, για παράδειγμα η χρήση πολυμέσων στα συνέδρια θα μειώσει τη ζήτηση των διαμονών μίας διανυκτέρευσης υψηλής αξίας. Από την άλλη πλευρά όμως αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς η ζήτηση για οργάνωση σεμιναρίων ή συνεδρίων σε ελκυστικές περιοχές που μπορούν να προσφέρουν και να καλύψουν, εκτός των αναγκών των σεμιναρίων, ανάγκες των συνέδρων ή των συνοδών του για αναψυχή και τουρισμό. Η ζήτηση επίσης αυξάνεται για το τομέα του ιατρικού τουρισμού από καταναλωτές που θέλουν να συνδυάσουν τουρισμό και ιατρική περίθαλψη.

Η ανάπτυξη της πληροφορικής και η διάδοση των προσωπικών υπολογιστών επιτρέπει στους καταναλωτές να διαλέξουν ή να προσαρμόσουν τα τουριστικά πακέτα ανάλογα με τα ενδιαφέροντα τους αλλά και τις οικονομικές δυνατότητες τους (η μερίδα των καταναλωτών είναι αυτή με το υψηλότερο βιοτικό και μορφωτικό επίπεδο) . Συναλλαγές μέσω Internet είναι ήδη μια πραγματικότητα (πχ. κράτηση θέσεων σε αεροπορικές εταιρείες). Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου θα επηρεάσει άμεσα τους τουριστικούς επιχειρηματίες.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι η αξιολόγηση των κρητικών τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με την εφαρμογή της πολυδιάστατης στατιστικής μεθόδου, Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες και της πολυκριτήριας μεθόδου Promethee II για την τριετία 2000, 2001 και 2002. Αρχικά παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο των μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν στην αξιολόγηση, προκειμένου να κατανοηθεί η διαδικασία και ο τρόπος επεξεργασίας και παρουσίασης των αποτελεσμάτων.

2.1 Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες (ΑΚΣ)

Οι ερευνητές συχνά αντιμετωπίζουν δεδομένα τα οποία έχουν ένα μεγάλο αριθμό συσχετισμένων μεταβλητών. Η συσχέτιση αυτή δημιουργεί στατιστικά προβλήματα στην εφαρμογή διαφόρων πολυμεταβλητών στατιστικών μεθόδων στα δεδομένα (multi-collinearity) (διακριτική ανάλυση, ανάλυση ομαδοποίησης, ανάλυση παλινδρόμησης, κ.ά.). Ο στόχος είναι να μειωθεί ο αριθμός των μεταβλητών έτσι ώστε το νέο μειωμένο σύνολο των μεταβλητών να αποτελεί είτε ένα υποσύνολο του αρχικού συνόλου ή ένα νεοοριζόμενο σύνολο μεταβλητών που προκύπτει από το αρχικό σύνολο και το οποίο θα περιλαμβάνει τη μέγιστη δυνατή πληροφόρηση που εγκλείεται στο αρχικό σύνολο των μεταβλητών.

Με τον τρόπο αυτό εξαλείφεται η πολυσυγγραμμικότητα (multi-collinearity), απλοποιείται η ανάλυση των δεδομένων και αποκτάται ένα μικρότερο αλλά περιεκτικότερο σύνολο δεδομένων. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιείται η μέθοδος της ΑΚΣ (Ψιμάρνη-Βούλγαρη Φ., Ζοπουνίδης Κ., 2000).

2.1.1 Επιλογή Δεικτών

Στην παρούσα έρευνα, επιλέχθηκαν αρχικά 21 χρηματοοικονομικοί δείκτες προκειμένου να αξιολογηθεί η χρηματοοικονομική συμπεριφορά των κρητικών τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Όπως είναι φυσικό, οι δείκτες αυτοί παρουσιάζουν κάποια πολυσυγγραμμικότητα. Προκειμένου να μειωθεί ο αριθμός των αρχικών δεικτών σε ένα

μικρότερο και πιο σημαντικό σύνολο υπό την έννοια ότι οι δείκτες δεν θα είναι μεταξύ τους συσχετισμένοι εφαρμόστηκε η τεχνική της ΑΚΣ. Η ΑΚΣ ομαδοποιεί τις μεταβλητές (χρηματοοικονομικοί δείκτες) σε παράγοντες-άξονες (κύριες Συνιστώσες) οι οποίοι διατηρούν το μέγιστο βαθμό πληροφόρησης που περιλαμβάνεται στο αρχικό σύνολο των μεταβλητών. Η χρήση της ΑΚΣ σε συνδυασμό με άλλη στατιστική τεχνική ή τεχνικές παράγει μια πιο δυνατή και ουσιαστική ανάλυση κυρίως λόγω της εξάλειψης της πολυσυγγραμμικότητας μεταξύ των μεταβλητών πράγμα που αποτελεί στατιστική προϋπόθεση σε πολλές μεθοδολογίες όπως μεθόδους ομαδοποίησης, διακριτικής ανάλυσης, ανάλυση παλινδρόμησης κ.ά. Από τη μέθοδο της ΑΚΣ επιλέγεται ένα έως δύο δείκτες από κάθε κατηγορία έτσι ώστε το τελικό σύνολο δεικτών να περιγράφει όλα σχεδόν τα χαρακτηριστικά των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Η περαιτέρω ανάλυση έτσι απλοποιείται και γίνεται πιο ουσιαστική.

2.2.2 Η πολυκριτήρια μέθοδος PROMETHEE

Οι κυριότερες πολυκριτήριες μέθοδοι διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες (βλ. Pardalos, Siskos and Zorounidis, 1995):

- ο πολυκριτήριος μαθηματικός προγραμματισμός,
- η θεωρία της πολυκριτήριας χρησιμότητας,
- η θεωρία των σχέσεων υπεροχής,
- η πολυκριτήρια μονότονη παλινδρόμηση.

Η μέθοδος PROMETHEE ανήκει στη θεωρία των σχέσεων υπεροχής και προτάθηκε για πρώτη φορά από τον Brans (1982). Ακολούθησαν και άλλες δημοσιεύσεις της μεθόδου με σπουδαιότερες των Brans, Vincke [1985] και Brans, Vincke και Mareschal [1986].

Οι βασικές αρχές που διέπουν τη μέθοδο PROMETHEE σε σχέση με άλλες μεθόδους της ίδιας κατηγορίας (μέθοδοι ELECTRE) είναι οι ακόλουθες τρεις: (1) επέκταση στην έννοια των κριτηρίων, (2) εκτιμώμενη σχέση υπεροχής, (3) εκμετάλλευση της σχέσης υπεροχής.

Σε ότι αφορά την αρχή της επέκτασης της έννοιας των κριτηρίων προτείνονται στον αποφασίζοντα νέες συναρτήσεις κριτηρίων όπως, κριτήριο τελείως αυστηρό (αυστηρή προτίμηση), κριτήριο αυστηρό αλλά με περιοχή αδιαφορίας, κριτήριο με γραμμική

προτίμηση, κριτήριο με περιοχές προτίμησης, κ.λ.π. Στη μέθοδο PROMETHEE η εκτιμώμενη σχέση υπεροχής είναι λιγότερο ευαίσθητη σε μικρές τροποποιήσεις και κατά συνέπεια είναι εύκολη η ερμηνεία της. Η εκμετάλλευση της σχέσης υπεροχής στη μέθοδο PROMETHEE πραγματοποιείται ειδικά όταν οι εναλλακτικές λύσεις (επενδυτικά έργα) πρέπει να ταξινομηθούν από την καλύτερη προς τη χειρότερη. Προτείνονται δύο μέθοδοι PROMETHEE, η μέθοδος PROMETHEE I η οποία πραγματοποιεί μια μερική ταξινόμηση των εναλλακτικών λύσεων (partial ranking of the actions) και η μέθοδος PROMETHEE II η οποία πραγματοποιεί μια πλήρη ταξινόμηση των εναλλακτικών λύσεων (complete ranking of the actions).

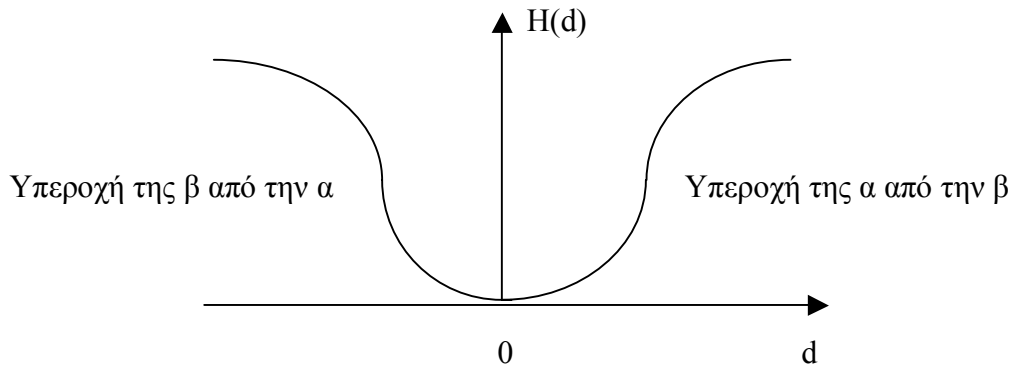
Η αξιολόγηση των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των κρητικών τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η ιεράρχησή τους στην εργασία αυτή πραγματοποιήθηκε μέσω της πολυκριτήριας μεθόδου PROMETHEE II. Η μέθοδος αυτή είναι κατάλληλα προσαρμοσμένη στην ανάπτυξη υποδειγμάτων σύνθεσης των κριτηρίων αξιολόγησης έτσι ώστε να επιτευχθεί η κατάταξη ενός συνόλου εναλλακτικών δραστηριοτήτων (επιχειρήσεις, συνεταιρισμοί, κλπ.) από αυτές με τις υψηλότερες επιδόσεις προς τις δραστηριότητες με τις συγκριτικά χαμηλότερες επιδόσεις.

Η κατάταξη των εξεταζόμενων εναλλακτικών δραστηριοτήτων μέσω της μεθόδου PROMETHEE II επιτυγχάνεται πραγματοποιώντας διμερείς συγκρίσεις των δραστηριοτήτων μεταξύ τους ανά ζεύγη, ώστε να υπολογιστεί ο βαθμός προτίμησης (υπεροχή βάσει όλων των κριτηρίων) της κάθε δραστηριότητας έναντι όλων των υπολοίπων αλλά και το αντίστροφο.

Οι Brans et al.[1986] θεωρούν έξι τύπους γενικών κριτηρίων, τα οποία παρατηρούνται συνήθως σε πολλές πρακτικές περιπτώσεις. Εάν $H(d)$ είναι μια συνάρτηση η οποία συνδέεται άμεσα με τη συνάρτηση προτίμησης P , τότε για δύο εναλλακτικές λύσεις α, β ισχύει:

$$H(d) = \begin{cases} P(\alpha, \beta), d \geq 0 \\ P(\alpha, \beta), d \leq 0 \end{cases}$$

Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζεται η συνάρτηση $H(d)$.



Στη συνέχεια προτείνεται ο πολυκριτήριος δείκτης προτίμησης ο οποίος προσδιορίζει την εκτιμώμενη σχέση υπεροχής. Υπολογίζεται από την ακόλουθη μαθηματική εξίσωση:

$$\Pi(\alpha, \beta) = \frac{\sum_{i=1}^k \pi_i P_i(\alpha, \beta)}{\sum_{i=1}^k \pi_i}$$

οπού:

k : το πλήθος των κριτηρίων αξιολόγησης,

π_i : το βάρος του κριτηρίου αξιολόγησης i ,

$P_i(\alpha, \beta)$: ο βαθμός προτίμησης της δραστηριότητας α έναντι της δραστηριότητας β βάσει του κριτηρίου i .

$\Pi(\alpha, \beta)$ αντιπροσωπεύει την ένταση προτίμησης του αποφασίζοντα για την εναλλακτική λύση α έναντι της εναλλακτικής λύσης β , όταν θεωρούνται ταυτόχρονα όλα τα κριτήρια απόφασης. Μεταβάλλεται μεταξύ των τιμών 0 και 1 και ισχύει:

$\Pi(a,b) \approx 0$ σημαίνει αδύνατη προτίμηση της εναλλακτικής λύσης a έναντι της εναλλακτικής λύσης b για όλα τα κριτήρια.

$\Pi(a,b) \approx 1$ σημαίνει ισχυρή προτίμηση της εναλλακτικής λύσης a έναντι της εναλλακτικής λύσης b για όλα τα κριτήρια.

Τα βάρη π_i των κριτηρίων αξιολόγησης καθορίζονται από τον αποφασίζοντα, έτσι ώστε να αναπαραριστούν επαρκώς τη σημαντικότητα που αυτός αποδίδει σε καθένα από αυτά κατά την αξιολόγηση των επιδόσεων των εξεταζόμενων εναλλακτικών δραστηριοτήτων. Οι επιμέρους βαθμοί προτίμησης $P_i(a,b)$ για κάθε κριτήριο μπορούν να καθοριστούν βάσει έξι προκαθορισμένων συναρτήσεων (γενικευμένα κριτήρια) τα οποία προσδιορίζουν εναλλακτικούς τρόπους αξιολόγησης των διαφορών που εντοπίζονται στις επιδόσεις κάθε ζεύγους δραστηριοτήτων a και b σε κάθε κριτήριο αξιολόγησης i

Σε ότι αφορά την εκμετάλλευση της σχέσης υπεροχής για την ταξινόμηση των εναλλακτικών λύσεων ορίζονται δύο ροές, η εξερχόμενη με μαθηματική μορφή:

$$\varphi^+(a) = \sum_{b \in K} \Pi(a,b), \quad K = \text{το σύνολο των εναλλακτικών λύσεων}$$

και η εισερχόμενη με μαθηματική μορφή:

$$\varphi^-(a) = \sum_{b \in K} \Pi(b,a)$$

Οι δύο αυτές ροές υποδηλώνουν μια πρώτη ταξινόμηση για κάθε εναλλακτική λύση. Η μεγαλύτερη εξερχόμενη ροή $\varphi^+(a)$ δηλώνει ότι η εναλλακτική λύση a υπερέχει των άλλων εναλλακτικών λύσεων του συνόλου K , ενώ η μικρότερη εισερχόμενη ροή $\varphi^-(a)$ δηλώνει ότι η εναλλακτική λύση a κυριαρχείται από τις άλλες εναλλακτικές λύσεις. Έστω τώρα η ακόλουθη καθαρή ροή:

$$\varphi(a) = \varphi^+(a) - \varphi^-(a)$$

Στην περίπτωση της μεθόδου PROMETHEE II παρατηρούνται οι ακόλουθες σχέσεις υπεροχής:

$$aPb \quad (a \text{ υπερέχει } b), \text{ αν } \varphi(a) > \varphi(b)$$

$a \neq b$ (α, β είναι αδιάφορες μεταξύ τους) , αν $\varphi(\alpha) \neq \varphi(\beta)$

Η διαφορά $\varphi(\alpha) = \varphi^+(\alpha) - \varphi^-(\alpha)$ μεταξύ των ροών εξόδου και εισόδου αποδίδει την καθαρή ροή για κάθε δραστηριότητα, η οποία αποτελεί και το συνολικό μέτρο της αξιολόγησης των εξεταζόμενων δραστηριοτήτων. Η τελική κατάταξη των εναλλακτικών δραστηριοτήτων από τις καλύτερες προς τις χειρότερες επιτυγχάνεται κατατάσσοντας τις δραστηριότητες βάσει των καθαρών τους ροών κατά φθίνουσα σειρά (μεγαλύτερες θετικές καθαρές ροές αντιστοιχούν στις συγκριτικά καλύτερες δραστηριότητες και αντίστοιχα οι χαμηλότερες καθαρές ροές υποδεικνύουν τις συγκριτικά χειρότερες δραστηριότητες).

Κατά τον παραπάνω τρόπο η χρησιμοποίηση της μεθόδου PROMETHEE II συμβάλλει στην εξαγωγή μιας συνολικής ορθολογικής αξιολόγησης των επιδόσεων των εξεταζόμενων επιχειρήσεων βάσει όλων των παραγόντων (χρηματοοικονομικοί δείκτες) που επιδρούν στη χρηματοοικονομική τους συμπεριφορά και επιδόσεις.

ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

3.1 Υπολογισμός χρηματοοικονομικών δεικτών

Οι επιχειρήσεις που αποτελούν το δείγμα της παρούσας έρευνας προέκυψαν από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς τους στον κατάλογο της ICAP, για τα έτη 2000 - 2002. Από τον κατάλογο αυτό επιλέχθηκαν τριανταπέντε από τις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις οι οποίες εκμεταλλεύονται ξενοδοχεία πολυτελείας, Α' και Β' κατηγορίας, δημοσίευσαν στον ισολογισμό τους για το 2001 συνολικό κύκλο εργασιών άνω των €3.200.000 και τα έσοδά τους προέρχονται κυρίως από την εκμετάλλευση των ξενοδοχείων. Σε ένα δεύτερο δείγμα συγκαταλέγονται και δεκαέξι κρητικές τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν στις κυριότερες επιχειρήσεις εκμετάλλευσης τουριστικών - ταξιδιωτικών γραφείων στην Ελλάδα, δημοσίευσαν στον ισολογισμό τους για το 2001 συνολικές πωλήσεις άνω των €2.000.000, και δραστηριοποιούνται κυρίως στον εισερχόμενο τουρισμό.

Στους Πίνακες 1 και 2 παρουσιάζονται οι μέσες τιμές των βασικών μεγεθών των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που αποτελούν το δείγμα της έρευνας.

Πίνακας 1 : Μέσες τιμές βασικών μεγεθών των τουριστικών επιχειρήσεων της Κρήτης

| Μέγεθος | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Καθαρά πάγια | 1.077.708 | 1.217.536 | 1.182.438 |
| Κυκλοφορούν ενεργητικό | 2.128.994 | 2.287.485 | 1.929.543 |
| Σύνολο ενεργητικού | 3.206.702 | 3.505.021 | 3.111.981 |
| Ίδια κεφάλαια | 557.921 | 600.461 | 571.515 |
| Σύνολο υποχρεώσεων | 2.648.781 | 2.904.560 | 2.540.466 |
| Πωλήσεις | 4.474.236 | 4.768.698 | 4.112.443 |
| Μικτά κέρδη | 930.616 | 984.104 | 803.188 |
| Χρηματοοικονομ.δαπάνες | 70.426 | 58.562 | 57.145 |
| Κέρδη προ φόρου | 83.210 | 154.518 | 102.477 |
| Επιχειρήσεις | 16 | 16 | 16 |

Πίνακας 2 : Μέσες τιμές βασικών μεγεθών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης

| Μέγεθος | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------------------|------------|------------|------------|
| Καθαρά πάγια | 17.601.733 | 22.900.148 | 23.953.360 |
| Κυκλοφορούν ενεργητικό | 4.365.868 | 3.913.424 | 4.111.031 |
| Σύνολο ενεργητικού | 21.967.601 | 26.813.572 | 28.064.391 |
| Ίδια κεφάλαια | 10.564.369 | 12.900.679 | 13.651.790 |
| Σύνολο υποχρεώσεων | 11.618.063 | 13.912.893 | 14.412.601 |
| Πωλήσεις | 7.603.011 | 8.325.992 | 8.471.150 |
| Μικτά κέρδη | 1.819.006 | 2.335.205 | 2.053.843 |
| Χρηματοοικονομ.δαπάνες | 533.019 | 562.279 | 551.171 |
| Κέρδη προ φόρου | 563.537 | 915.060 | 609.278 |
| Επιχειρήσεις | 35 | 35 | 35 |

Οι επιδόσεις των παραπάνω επιχειρήσεων αποτυπώνονται σε ένα σύνολο χρηματοοικονομικών δεικτών οι οποίοι υπολογίστηκαν από τις βασικές χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Μέσω των χρηματοοικονομικών δεικτών εξετάζονται όλες οι κύριες συνιστώσες των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των εξεταζόμενων επιχειρηματικών οργανισμών, δηλαδή η αποδοτικότητα, η φερεγγυότητα και η επίδοση της διαχείρισης. Η αξιολόγηση των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των επιχειρήσεων πραγματοποιήθηκε μέσω του υπολογισμού των παρακάτω δεικτών.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.Περιθώριο Κέρδους

- Μικτό Περιθώριο Κέρδους: $\frac{\text{Πωλήσεις} - \text{Κόστος Πωλήσεων}}{\text{Πωλήσεις}}$
- Καθαρό Περιθώριο Κέρδους: $\frac{\text{Κέρδη μετά από φόρους}}{\text{Πωλήσεις}}$

2. Απόδοση Επενδύσεων

Συνιστούν το πραγματικό μέτρο κρίσεως για την ικανότητα του οργανισμού να επιφέρει οικονομικό αποτέλεσμα και συνεπώς είναι η μόνη μορφή αποδοτικότητας η οποία δύναται να αποτελέσει τη βάση για την σύγκριση ομοειδών επιχειρήσεων ή της μέσης αποδοτικότητας αυτών προς ετέρους κλάδους της οικονομίας. Οι δείκτες αυτοί φανερώνουν σε ποσοστό το μέγεθος της αποδόσεως όλου του κεφαλαίου που

απασχολείται από την επιχείρηση. Είναι δηλαδή το επιτόκιο του ετήσιου τοκισμού του συνολικού κεφαλαίου. Οι συγκεκριμένοι δείκτες είναι:

- Χρηματοοικονομική αποδοτικότητα: $\frac{\text{Καθαρά κέρδη μετά από φόρους}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}}$

Ο οποίος εκφράζει την αποδοτικότητα των ίδιων κεφαλαίων.

- Βιομηχανική αποδοτικότητα: $\frac{\text{Κέρδη πριν από τόκους και φόρους}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$

Όπου εκφράζει την αποδοτικότητα των περιουσιακών στοιχείων.

3. Ανακύκλωση Κεφαλαίου

- Δείκτης κυκλοφορίας ενεργητικού: $\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$

Ο οποίος εκφράζει την ταχύτητα ή την ροή των κεφαλαίων.

- Δείκτης κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων: $\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Ίδια κεφάλαια}}$

Ο οποίος δείχνει πόσες φορές ρευστοποιείται ή κυκλοφορεί το ίδιο κεφάλαιο εντός μιας χρήσεως.

- Δείκτης κυκλοφορίας υποχρεώσεων: $\frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Υποχρεώσεις}}$

Ο οποίος δείχνει το πώς καλύπτονται οι υποχρεώσεις σε σχέση με το σύνολο των πωλήσεων.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

- Μέση περίοδος είσπραξης των απαιτήσεων:

$$\frac{\text{Απαιτήσεις} * \text{Ημέρες του χρόνου}}{\text{Ετήσιες πιστωτικές πωλήσεις}}$$

Εκφράζει την περίοδο πώλησης – είσπραξης, δηλαδή τον αριθμό των ημερών που πρέπει να περάσουν για να εισπράξει η επιχείρηση τα λεφτά που της χρωστάνε.

Όπου: Ετήσιες πιστωτικές πωλήσεις = το τμήμα των πωλήσεων που δοθήκανε με πίστωση και δεν πληρώθηκαν της μετρητοίς.

- Μέση περίοδος εξόφλησης των πληρωτέων λογαριασμών :

$$\frac{\text{Πληρωτέοι λογαριασμοί} * \text{Ημέρες του χρόνου}}{\text{Αγορές πρώτων και βοηθητικών υλών}}$$

- Δείκτης κυκλοφορίας αποθεμάτων : $\frac{\text{Κόστος πωλήσεων}}{\text{Μέσο επίπεδο αποθεμάτων}}$

Ο δείκτης αυτός απεικονίζει τον βαθμό ανακυκλώσεως των αποθεμάτων κατά την διάρκεια της χρήσεως, δηλαδή πόσες φορές κινούνται ή ανανεώνονται τα αποθέματα των εμπορευμάτων σε ορισμένο χρονικό διάστημα χρήσεως.

- Βασικό διάστημα βιωσιμότητας :

$$\left[\frac{\text{Συνολικά στοιχεία βιωσιμότητας}}{\text{Προβλεπόμενα ημερήσια έξοδα λειτουργίας}} \right] \text{ Αριθμός ημερών στο χρόνο}$$

Ο αριθμητής περιλαμβάνει : τα μετρητά, τα εμπορεύσιμα χρεόγραφα, τα γραμμάτια εισπρακτέα, τις απαιτήσεις.

Ο παρονομαστής περιλαμβάνει : το κόστος πωλήσεων, τα έξοδα πωλήσεων, τα γενικά και διοικητικά έξοδα.

- Δείκτης σημασίας χρηματοοικονομικών εξόδων : $\frac{\text{Χρηματοοικονομικά έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$

Ο οποίος εκφράζει το κατά πόσο η επιχείρηση έχει καταφέρει να ελέγξει χρηματοοικονομικές δαπάνες ή ζημίες.

- Δείκτης σημασίας γενικών και διοικητικών εξόδων : $\frac{\text{Γενικά και διοικητικά έξοδα}}{\text{Πωλήσεις}}$

Ο οποίος εκφράζει το κατά πόσο η επιχείρηση έχει καταφέρει να ελέγξει διοικητικές και λειτουργικές δαπάνες.

- Δείκτης δομής ενεργητικών - παθητικών στοιχείων :

$$\frac{\text{Υποχρεώσεις}}{\text{Κεφάλαιο κίνησης}}$$

ΔΕΙΚΤΕΣ ΦΕΡΕΓΓΥΟΤΗΤΑΣ

- Δείκτης συνολικής ικανότητας δανεισμού : $\frac{\text{Σύνολο υποχρεώσεων}}{\text{Σύνολο ενεργητικού}}$

Βάσει των τιμών του συγκεκριμένου δείκτη διαπιστώνουμε αν οι επιχειρήσεις έχουν τη ικανότητα κάλυψης των υποχρεώσεων τους με ίδια κεφάλαια (δείχνει το ποσοστό των κεφαλαίων που δίνεται στην επιχείρηση από τους δανειστές).

- Δείκτης μακροπρόθεσμης ικανότητας δανεισμού :

$$\frac{\text{Ίδια κεφάλαια}}{\text{Ίδια κεφάλαια} + \text{Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Οι τιμές του δείκτη αυτού υποδηλώνουν αν τα κεφάλαια των επιχειρήσεων καλύπτονται από τα διαρκή κεφάλαια (Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις + Ίδια κεφάλαια). Δηλαδή αν οι εταιρείες έχουν την δυνατότητα να προβούν σε μακροπρόθεσμα δάνεια, βελτιώνοντας έτσι την αποδοτικότητά τους.

- Δείκτης γενικής ρευστότητας: $\frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$

Αν η τιμή του δείκτη αυτού είναι μεγαλύτερη της μονάδας σημαίνει ότι η επιχείρηση έχει την δυνατότητα για ρευστοποίηση των κεφαλαίων της σε περίπτωση που πρέπει να εξοφλήσει τους δανειστές της.

- Δείκτης άμεσης ρευστότητας: $\frac{\text{Κυκλοφορούν ενεργητικό - αποθέματα}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$

Ο οποίος δείχνει αν τα κεφάλαια της εταιρείας μπορούν να καλύψουν τις τρέχουσες υποχρεώσεις της.

- Δείκτης κάλυψης αναγκών σε ΚΚ από διαρκή κεφάλαια :

$$\frac{\text{Κεφάλαιο κίνησης}}{\text{Ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης}}$$

Ο δείκτης αυτός απεικονίζει το πλεόνασμα σε διαρκή κεφάλαια.

- Δείκτης ικανότητας αποπληρωμής υποχρεώσεων :

$$\frac{\text{Σύνολο υποχρεώσεων}}{\text{Περιθώριο αυτοχρηματοδότησης}}$$

Όπου περιθώριο αυτοχρηματοδότησης = καθαρά κέρδη + ετήσιες αποσβέσεις.

Ο δείκτης αυτός εκφράζει την ικανότητα κάλυψης τρεχουσών υποχρεώσεων από κέρδη που η επιχείρηση έχει πραγματοποιήσει και δεν έχουν αποσυρθεί από αυτή, αλλά παραμένουν στην εταιρεία υπό μορφή αποθεματικών κεφαλαίων.

- Δείκτης κεφαλαίου κίνησης: $\frac{\text{Διαρκή κεφάλαια}}{\text{Καθαρό πάγιο ενεργητικό}}$

Οι τιμές του δείκτη αυτού υποδηλώνουν αν τα πάγια στοιχεία των επιχειρήσεων καλύπτονται από τα διαρκή κεφάλαια (Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις + Ίδια κεφάλαια).

3.2 Εφαρμογή της μεθόδου Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες

Προκειμένου να μειωθεί ο αρχικός αριθμός των δεικτών, αλλά κυρίως για να εξαληφθεί η πολυσυγγραμμικότητα μεταξύ τους, χρησιμοποιήθηκε η ΑΚΣ.

Αρχικά εφαρμόστηκαν δύο ΑΚΣ, μια για κάθε κλάδο επιχειρήσεων (τουριστικές και ξενοδοχειακές), για την υπό εξέταση περίοδο (2000 – 2002). Ως κριτήριο επιλογής των χρηματοοικονομικών δεικτών για την περαιτέρω ανάλυση και αξιολόγηση των επιδόσεων των επιχειρήσεων, αποτελεί η συχνότητα εμφάνισης του κάθε δείκτη ως σημαντικού καθ' όλη την εξεταζόμενη χρονική περίοδο. Τα αποτελέσματα της ΑΚΣ έδωσαν έξι κύριες συνιστώσες (Πίνακες 3 και 4) για τον κλάδο των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, και οχτώ για τις τουριστικές. Τα αποτελέσματα του υπολογισμού των παραπάνω δεικτών για τις επιλεγμένες επιχειρήσεις παρουσιάζονται στους πίνακες 1, 2, 3, 4, 5 και 6 του παραρτήματος.

Πίνακας 3 : Επιλεγμένοι δείκτες από την Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες για τις Τουριστικές Επιχειρήσεις

| | |
|-----------------|---|
| X ₂ | Κέρδη μετά από φόρους / Πωλήσεις |
| X ₃ | Καθαρά Κέρδη μετά φόρων / Ίδια Κεφάλαια |
| X ₉ | Πληρωτέοι Λογ. * 365 / Ύλεις, Υλικά |
| X ₁₁ | Βασικό διάστημα βιωσιμότητας |
| X ₁₂ | Χρηματ/κά Έξοδα / Πωλήσεις |
| X ₁₃ | Λειτουργικά Έξοδα / Πωλήσεις |
| X ₁₆ | Ίδια κεφάλαια / (Ίδια κεφάλαια + Μακρ. Υποχρεώσεις) |
| X ₂₀ | Σύνολο Υποχρεώσεων / Περιθώριο Αυτοχρηματοδότησης |

Πίνακας 4 : Επιλεγμένοι δείκτες από την Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες για τις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις

| | |
|-----------------|---|
| X ₁ | Μικτό κέρδος / Πωλήσεις |
| X ₆ | Πωλήσεις / Ίδια Κεφάλαια |
| X ₇ | Πωλήσεις / Υποχρεώσεις |
| X ₈ | Απαιτήσεις * 365 / Ετήσιες Πιστωτικές Πωλήσεις |
| X ₁₀ | Κόστος πωλήσεων / Μέσο επίπεδο αποθεμάτων |
| X ₁₇ | Κυκλοφορούν ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις |

Οι μέση τιμή των βασικών χρηματοοικονομικών δεικτών των εξεταζόμενων επιχειρήσεων για την τριετία 2000 – 2002 παρουσιάζονται στους Πίνακες 5 και 6.

Πίνακας 5 : Μέσες τιμές δεικτών των τουριστικών επιχειρήσεων της Κρήτης

| Μέγεθος | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-----------|------------|------------|
| Κέρδη μετά από φόρους / Πωλήσεις | 0,0053 | 0,0300 | 0,0010 |
| Καθαρά Κέρδη μετά φόρων / Ίδια Κεφάλαια | 0,6126 | 0,4749 | 0,0384 |
| Πληρωτέοι Λογ.*365 / Ύλες, Υλικά | 2157,4134 | 79241,6709 | 22998,3304 |
| Βασικό Διαστ.Βιωσιμότητας | 0,3808 | 0,4143 | 0,5238 |
| Χρηματ/κά Έξοδα / Πωλήσεις | 0,0190 | 0,0128 | 0,0179 |
| Λειτουργικά Έξοδα / Πωλήσεις | 0,2049 | 0,2040 | 0,2190 |
| Ίδια Κεφ. / Ίδια Κεφ.+ Μακρ.Υποχρ. | 0,9090 | 0,9103 | 0,9154 |
| Σύνολο Υποχρ. / Περιθ.Αυτοχρημ/σης | 3,2865 | -7,5469 | 9,4510 |
| Επιχειρήσεις | 16 | 16 | 16 |

Πίνακας 6 : Μέσες τιμές δεικτών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης

| Μέγεθος | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|----------|----------|----------|
| Μικτό Κέρδος / Πωλήσεις | 0,2124 | 0,2689 | 0,2308 |
| Πωλήσεις / Ίδια Κεφάλαια | 0,9247 | 0,8908 | 0,8236 |
| Πωλήσεις / Υποχρεώσεις | 1,3112 | 1,2334 | 1,5586 |
| Απαιτήσεις*365 / Ετήσιες Πιστωτικές Πωλήσεις | 151,6809 | 137,5313 | 143,4274 |
| Κόστος Πωλήσεων / Μέσο επίπεδο αποθεμάτων | 99,7496 | 91,8164 | 77,8111 |
| Κυκλοφορούν Ενεργ. / Βραχ.Υποχρ. | 1,7930 | 1,7517 | 2,1673 |
| Επιχειρήσεις | 35 | 35 | 35 |

Οι επιλεγέντες δείκτες δίνουν επαρκή πληροφόρηση για τη χρηματοοικονομική συμπεριφορά των επιχειρήσεων, καθώςον καλύπτουν τις πλέον σημαντικές περιοχές

της επιχειρηματικής δραστηριότητας, φερεγγυότητα, επίδοση διαχείρισης και αποδοτικότητα.

Στη συνέχεια οι δείκτες αυτοί χρησιμοποιούνται ως μεταβλητές στην πολυκριτήρια μέθοδο PROMETHEE που εφαρμόζεται στο δείγμα των 51 επιχειρήσεων. Η ΑΚΣ βοήθησε να προσδιοριστούν τα πλέον σημαντικά χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά των κρητικών τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

3.3 Εφαρμογή Πολυκριτήριας Μεθόδου PROMETHEE

Με βάση το περιορισμένο σύνολο δεικτών που εντοπίστηκαν μέσω της παραπάνω διαδικασίας, πραγματοποιήθηκε η αξιολόγηση των επιδόσεων των επιχειρήσεων μέσω της μεθόδου PROMETHEE II. Όπως προαναφέρθηκε η εφαρμογή της μεθόδου απαιτεί τον καθορισμό της σημαντικότητας των κριτηρίων αξιολόγησης (οι χρηματοοικονομικοί δείκτες που επιλέγονται μέσω της ΑΚΣ) καθώς και της μορφής της συνάρτησης P_i η οποία προσδιορίζει τον τρόπο με τον οποίο αξιολογούνται οι διαφορές που παρατηρούνται στις επιδόσεις κάθε ζεύγους επιχειρήσεων σε κάθε χρηματοοικονομικό δείκτη. Καθώς στην παρούσα έρευνα δεν υπήρχε διαθέσιμος κάποιος ειδικός χρηματοοικονομικός αναλυτής να καθορίσει τα βάρη των επιλεγθέντων χρηματοοικονομικών δεικτών, εξετάστηκαν διάφορα σενάρια (500 τον αριθμό) ως προς τη πιθανή σημαντικότητα των δεικτών. Σε καθένα από τα σενάρια αυτά αποδίδεται διαφορετικό βάρος σε κάθε κατηγορία δεικτών (αποδοτικότητα, φερεγγυότητα, επίδοση της διαχείρισης) ώστε να διαμορφωθεί μια πλήρης εικόνα του τρόπου με τον οποίο μεταβάλλεται η αξιολόγηση των επιχειρήσεων ως προς το επίπεδο σημαντικότητας των τριών αυτών κύριων συνιστωσών των χρηματοοικονομικών επιδόσεων κάθε επιχείρησης.

Η μορφή της συνάρτησης P_i , που επιλέχθηκε για κάθε κριτήριο αξιολόγησης i , είναι αυτή του Gauss (Gaussian criterion): $P_i(\alpha, \beta) = 1 - \exp(-d^2/2\sigma^2)$, όπου d είναι η διαφορά μεταξύ των επιδόσεων των επιχειρήσεων α και β στο χρηματοοικονομικό δείκτη g_i [$d = g_i(\alpha) - g_i(\beta)$] και σ η τυπική απόκλιση του δείκτη g_i .

Στους πίνακες 10 και 14 συνοψίζονται τα αποτελέσματα της μεθόδου PROMETHEE II στην αξιολόγηση των επιδόσεων των εξεταζόμενων τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης για τα έτη 2000 - 2002. Τα

αποτελέσματα που παρουσιάζονται στους πίνακες 7, 8, 9, 11, 12 και 13 για κάθε έτος της ανάλυσης, αφορούν την κατάταξη των επιχειρήσεων αυτών από την καλύτερη στη χειρότερη, βάσει όλων των σεναρίων για τη σημαντικότητα των χρηματοοικονομικών δεικτών.

Στα αποτελέσματα αυτά, οι επιχειρήσεις με τις υψηλότερες επιδόσεις είναι αυτές που έχουν τις μικρότερες θέσης στην κατάταξη (κατατάξεις κοντά στο 1).

**Πίνακας 7 :ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2000**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΡ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|---|
| 1 | 2,519031 | ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. |
| 2 | 1,73297 | ΕΛΛΑΣ ΕΞΠΡΕΣ Α.Ε. |
| 3 | 1,608952 | ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 4 | 0,998248 | ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. |
| 5 | 0,542189 | ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. |
| 6 | 0,151343 | RODOS TOURS TRAVELAND CRETE Α.Ε. |
| 7 | -0,07123 | CRETA TRAVEL BUREAU Α.Ε. |
| 8 | -0,24228 | MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. |
| 9 | -0,38823 | ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. |
| 10 | -0,41665 | SUMMERLAND TRAVEL Α.Ε. |
| 11 | -0,5719 | ΠΛΩΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 12 | -0,97252 | ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. |
| 13 | -0,97826 | HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. |
| 14 | -1,01709 | ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε |
| 15 | -1,0571 | CRETAN HOLIDAYS Κ. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. |
| 16 | -1,83746 | ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. |

**Πίνακας 8 : ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2001**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΡ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|---|
| 1 | 2,463533 | ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. |
| 2 | 1,679678 | ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. |
| 3 | 1,115717 | CRETAN HOLIDAYS Κ. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. |
| 4 | 1,048655 | ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε |
| 5 | 0,969198 | SUMMERLAND TRAVEL Α.Ε. |
| 6 | 0,709638 | MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. |
| 7 | 0,569776 | ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 8 | 0,12524 | ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. |
| 9 | -0,0369 | ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. |
| 10 | -0,47773 | ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. |
| 11 | -0,50756 | ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. |
| 12 | -0,83668 | ΕΛΛΑΣ ΕΞΠΡΕΣ Α.Ε. |
| 13 | -0,87963 | RODOS TOURS TRAVELAND CRETE Α.Ε. |
| 14 | -1,28843 | HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. |
| 15 | -2,24313 | CRETA TRAVEL BUREAU Α.Ε. |
| 16 | -2,41139 | ΠΛΩΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |

**Πίνακας 9 : ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2002**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΡ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|---|
| 1 | 2,863425 | ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. |
| 2 | 1,631722 | ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. |
| 3 | 0,977294 | MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. |
| 4 | 0,950453 | ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 5 | 0,87573 | ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. |
| 6 | 0,52078 | ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. |
| 7 | 0,300276 | HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. |
| 8 | 0,283996 | ΕΛΛΑΣ ΕΞΠΡΕΣ Α.Ε. |
| 9 | 0,210524 | CRETAN HOLIDAYS Κ. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. |
| 10 | 0,018183 | ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε |
| 11 | 0,014251 | RODOS TOURS TRAVELAND CRETE Α.Ε. |
| 12 | -0,03586 | SUMMERLAND TRAVEL Α.Ε. |
| 13 | -0,09534 | ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. |
| 14 | -1,76547 | ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. |
| 15 | -1,87422 | ΠΛΩΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 16 | -4,87574 | CRETA TRAVEL BUREAU Α.Ε. |

Πίνακας 10 : ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

| ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| CRETA TRAVEL BUREAU Α.Ε. | 7 | 15 | 16 |
| CRETAN HOLIDAYS Κ. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. | 15 | 3 | 9 |
| HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. | 13 | 14 | 7 |
| MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. | 8 | 6 | 3 |
| RODOS TOURS TRAVELAND CRETE Α.Ε. | 6 | 13 | 11 |
| SUMMERLAND TRAVEL Α.Ε. | 10 | 5 | 12 |
| ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. | 12 | 9 | 13 |
| ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε | 14 | 4 | 10 |
| ΕΛΛΑΣ ΕΞΙΠΡΕΣ Α.Ε. | 2 | 12 | 8 |
| ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. | 5 | 8 | 1 |
| ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 3 | 7 | 4 |
| ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. | 1 | 1 | 2 |
| ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. | 4 | 2 | 6 |
| ΠΛΩΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 12 | 16 | 15 |
| ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. | 9 | 10 | 14 |
| ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. | 16 | 11 | 5 |

**Πίνακας 11 : ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2000**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΠ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|--|
| 1 | 7,742735 | ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 2 | 6,824932 | ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. |
| 3 | 4,805414 | ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 4 | 3,832521 | ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. |
| 5 | 3,38764 | ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. |
| 6 | 2,818078 | ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. |
| 7 | 2,233238 | ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. |
| 8 | 2,14462 | ΗΛΙΟΣ Α.Ε. |
| 9 | 1,776588 | ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 10 | 1,614188 | CANDIA Α.Ε.Ε.&Τ.Ε. |
| 11 | 1,427649 | ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. |
| 12 | 0,956441 | DASKOTELS Α.Ε. |
| 13 | 0,704014 | ΤΕΑΒ Α.Ε. |
| 14 | 0,432795 | ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. |
| 15 | 0,393347 | ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. |
| 16 | 0,261697 | ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 17 | 0,240969 | ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. |
| 18 | -0,24212 | EL GRECO Α.Ε. |
| 19 | -0,28067 | ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. |
| 20 | -0,34597 | ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. |
| 21 | -0,36774 | ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. |
| 22 | -1,25614 | ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. |
| 23 | -1,35161 | ΖΑΜΠΙΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. |
| 24 | -1,65135 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. |
| 25 | -1,66674 | Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. |
| 26 | -1,94943 | ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. |
| 27 | -2,01104 | HOTELLAS Α.Ε. |
| 28 | -2,11765 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. |
| 29 | -2,40899 | ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. |
| 30 | -2,61544 | ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ε.&Τ.Ε. |
| 31 | -4,01024 | ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. |
| 32 | -4,48198 | SUNSTORES Α.Ε.Ε.Τ.Ε. |
| 33 | -4,5056 | ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ε.Τ.Ε. |
| 34 | -4,54287 | SEVEN STARS Α.Ε. |
| 35 | -5,79128 | ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. |

**Πίνακας 12 : ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2001**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΠ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|--|
| 1 | 5,470314 | ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 2 | 4,66884 | ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. |
| 3 | 3,353402 | ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. |
| 4 | 3,227049 | CANDIA Α.Ε.Ε.&Τ.Ε. |
| 5 | 3,212463 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. |
| 6 | 2,782536 | ΗΛΙΟΣ Α.Ε. |
| 7 | 2,677424 | ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. |
| 8 | 2,254659 | ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. |
| 9 | 1,626492 | ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. |
| 10 | 1,509108 | ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. |
| 11 | 1,029859 | ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. |
| 12 | 0,831061 | ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. |
| 13 | 0,825691 | ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. |
| 14 | 0,818385 | DASKOTELS Α.Ε. |
| 15 | 0,626071 | ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. |
| 16 | 0,546705 | ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. |
| 17 | 0,322099 | EL GRECO Α.Ε. |
| 18 | -0,23203 | ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. |
| 19 | -0,36264 | ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 20 | -0,43125 | ΤΕΑΒ Α.Ε. |
| 21 | -0,53918 | ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. |
| 22 | -0,66559 | ΖΑΜΠΙΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. |
| 23 | -1,07778 | ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 24 | -1,39025 | ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. |
| 25 | -1,5806 | ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. |
| 26 | -1,76864 | HOTELLAS Α.Ε. |
| 27 | -2,20702 | ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 28 | -2,21266 | ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. |
| 29 | -2,25608 | Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. |
| 30 | -2,51801 | ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ε.Τ.Ε. |
| 31 | -3,05172 | ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ε.&Τ.Ε. |
| 32 | -3,28836 | ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. |
| 33 | -3,79373 | SEVEN STARS Α.Ε. |
| 34 | -4,14495 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. |
| 35 | -4,26167 | SUNSTORES Α.Ε.Ε.Τ.Ε. |

**Πίνακας 13 : ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΟ
ΕΤΟΣ 2002**

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΣΚΟΡ PROMETHEE | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ |
|-----------------|---------------------------|--|
| 1 | 5,649441 | ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. |
| 2 | 4,778639 | ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 3 | 4,132451 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. |
| 4 | 4,02994 | ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. |
| 5 | 2,815754 | ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. |
| 6 | 2,639788 | ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 7 | 2,054275 | CANDIA Α.Ε.Ξ.&Τ.Ε. |
| 8 | 1,949115 | ΗΛΙΟΣ Α.Ε. |
| 9 | 1,525615 | ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. |
| 10 | 0,865751 | EL GRECO Α.Ε. |
| 11 | 0,316862 | DASKOTELS Α.Ε. |
| 12 | -0,04104 | ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. |
| 13 | -0,07959 | ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. |
| 14 | -0,14645 | ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. |
| 15 | -0,3527 | Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. |
| 16 | -0,37369 | ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. |
| 17 | -0,37695 | ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. |
| 18 | -0,38465 | ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ξ.&Τ.Ε. |
| 19 | -0,38677 | ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. |
| 20 | -0,38888 | ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. |
| 21 | -0,42166 | ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. |
| 22 | -0,5096 | TEAB Α.Ε. |
| 23 | -0,73403 | ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. |
| 24 | -0,80081 | ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. |
| 25 | -1,20757 | ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. |
| 26 | -1,29843 | ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. |
| 27 | -1,32733 | ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. |
| 28 | -1,6552 | ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ξ.Τ.Ε. |
| 29 | -1,86393 | SEVEN STARS Α.Ε. |
| 30 | -2,28451 | ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. |
| 31 | -2,60931 | SUNSTORES Α.Ε.Ξ.Τ.Ε. |
| 32 | -2,95679 | ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. |
| 33 | -3,18848 | ΖΑΜΠΙΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. |
| 34 | -3,52617 | HOTELLAS Α.Ε. |
| 35 | -3,84309 | ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. |

**Πίνακας 14 : ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

| ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| CANDIA Α.Ε.Ε.&Τ.Ε. | 10 | 4 | 7 |
| DASKOTELS Α.Ε. | 12 | 14 | 11 |
| EL GRECO Α.Ε. | 18 | 17 | 10 |
| HOTELLAS Α.Ε. | 27 | 26 | 34 |
| SEVEN STARS Α.Ε. | 34 | 33 | 29 |
| SUNSTORES Α.Ε.Ε.Τ.Ε. | 32 | 35 | 31 |
| Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. | 25 | 29 | 15 |
| ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. | 15 | 15 | 19 |
| ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. | 4 | 2 | 1 |
| ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ε.Τ.Ε. | 33 | 30 | 28 |
| ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ε.&Τ.Ε. | 30 | 31 | 18 |
| ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. | 29 | 12 | 9 |
| ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. | 14 | 8 | 4 |
| ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. | 20 | 18 | 12 |
| ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. | 1 | 1 | 6 |
| ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. | 17 | 11 | 13 |
| ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 9 | 27 | 24 |
| ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. | 7 | 7 | 5 |
| ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. | 35 | 28 | 27 |
| ΖΑΜΠΙΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. | 23 | 22 | 33 |
| ΗΛΙΟΣ Α.Ε. | 8 | 6 | 8 |
| ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. | 6 | 9 | 17 |
| ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. | 11 | 10 | 25 |
| ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. | 5 | 3 | 21 |
| ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 3 | 19 | 2 |
| ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. | 26 | 25 | 14 |
| ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. | 16 | 23 | 30 |
| ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. | 21 | 24 | 26 |
| ΤΕΑΒ Α.Ε. | 13 | 20 | 22 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. | 28 | 34 | 35 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. | 24 | 5 | 3 |
| ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. | 2 | 13 | 26 |
| ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. | 22 | 16 | 20 |
| ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. | 31 | 32 | 32 |
| ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. | 19 | 21 | 23 |

3.4 Συμπεράσματα

Από την ανάλυση των βασικών μεγεθών για τις τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που παρουσιάζονται στους Πίνακες 1 και 2 προκύπτει ότι το σύνολο του ενεργητικού διευρύνθηκε κατά 27,5% για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, και μειώθηκε κατά 3% για τις τουριστικές κατά την τριετία 2000 - 2002. Επιπλέον, το σύνολο των πωλήσεων αυξήθηκε κατά 11,4% για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και μειώθηκε κατά 8,5% για τις τουριστικές.

Αναλύοντας τις τιμές των δεικτών των τουριστικών επιχειρήσεων του Πίνακα 5, συμπεραίνουμε ότι η χρηματοοικονομική αποδοτικότητα των επιχειρήσεων σημείωσε πτώση από 0,61 το 2000 σε 0,038 το 2002, το οποίο μπορεί να οφείλεται σε κακή διοίκηση, δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, υπερεπενδύσεις κεφαλαίων, κ.α.

Επιπλέον, ο δείκτης μακροπρόθεσμης ικανότητας δανεισμού παρουσιάζει υψηλές τιμές (άνω του 90%), δυσχεραίνοντας την ικανότητα των επιχειρήσεων να προβούν σε νέα μακροπρόθεσμα δάνεια προκειμένου να βελτιώσουν την οικονομική τους θέση.

Ο δείκτης ικανότητας αποπληρωμής των υποχρεώσεων εκφράζει την ικανότητα κάλυψης τρεχουσών αναγκών από τα κέρδη της επιχείρησης που δεν έχουν αποσυρθεί από αυτή, αλλά παραμένουν στην εταιρία υπό μορφή αποθεματικών κεφαλαίων. Για τις τουριστικές επιχειρήσεις αυξήθηκε κατά 188% την τριετία 2000 – 2002 γεγονός που καθιστά δυσκολότερη την αποπληρωμή των υποχρεώσεων τους.

Ενώ ο δείκτης σημασίας χρηματοοικονομικών εξόδων είναι αρκετά ικανοποιητικός και για τα τρία έτη (μικρότερος του 2%).

Από τον Πίνακα 6 προκύπτει ότι η γενική ρευστότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι αρκετά καλή, εξασφαλίζοντας έτσι ένα περιθώριο ασφαλείας στη διοίκηση προκειμένου να αντιμετωπίσει μια ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κίνησης.

Το μικότο περιθώριο κέρδους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 8,6% την περίοδο 2000 – 2002, παρουσιάζοντας τιμές άνω του 20% και στα τρία έτη.

Επίσης, ο δείκτης κυκλοφορίας των υποχρεώσεων αυξήθηκε κατά 18% στο διάστημα των τριών ετών.

Με βάση την συνολική κατάταξη των επιχειρήσεων που προκύπτει από την πολυκριτήρια μέθοδο PROMETHEE (Πίνακες 10 και 14), μπορούν να διατυπωθούν κάποια συμπεράσματα για την πορεία των επιχειρήσεων για την τριετία που εξετάστηκε.

Όσον αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις, εξαιρετική διαγράφεται η πορεία της επιχείρησης ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε, η οποία καταλαμβάνει την πρώτη θέση της κατάταξης στην περίοδο 2000-2001 και τη δεύτερη θέση το 2002. Η ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε, σύμφωνα με στοιχεία της ICAP DATA BANK(2002) κατατάσσεται στην 8^η θέση μεταξύ των 30 μεγαλύτερων τουριστικών επιχειρήσεων, βάσει καθαρών κερδών το 2000. Η συγκεκριμένη εταιρία παρατηρούμε ότι εμφανίζει υψηλότερες τιμές καθαρού περιθωρίου κέρδους και χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες του κλάδου. Επίσης, οι τιμές του δείκτη χρηματοοικονομικά έξοδα προς πωλήσεις είναι αρκετά χαμηλότερες από τη μέση τιμή του δείκτη για το σύνολο των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερα ικανοποιητική και σταθερή εμφανίζεται η πορεία των τουριστικών επιχειρήσεων ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε., MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε., ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. και ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε, οι οποίες κατατάσσονται στις 8 πρώτες θέσεις και στα τρία έτη. Οι εταιρίες αυτές επίσης εμφανίζουν υψηλές τιμές του καθαρού περιθωρίου κέρδους και της χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας, σε σχέση με τις υπόλοιπες, και χαμηλότερες τιμές των δεικτών Χρηματ/κά Έξοδα προς Πωλήσεις και Λειτουργικά Έξοδα προς Πωλήσεις.

Η επιχείρηση CRETA TRAVEL BUREAU Α.Ε εμφανίζει πτωτική πορεία καθώς πέφτει από την 7^η θέση στη 16^η. Οι τιμές του καθαρού περιθωρίου κέρδους και της χρηματοοικονομικής αποδοτικότητας είναι αρνητικές κατά τη διάρκεια της τριετίας, καθώς επίσης και του δείκτη ικανότητας αποπληρωμής των υποχρεώσεων.

Οι υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν διακυμάνσεις στην κατάταξη μεταξύ των μεσαίων και τελευταίων θέσεων.

Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, η ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. κατακτά την πρώτη θέση της κατάταξης στα έτη 2001 και 2002 και την 6^η θέση το 2002.

Συγκρίνοντας τους δείκτες της επιχείρησης με τη μέση τιμή των δεικτών για το σύνολο των επιχειρήσεων, παρατηρούμε ότι εμφανίζει υψηλότερες τιμές του μικτού περιθωρίου κέρδους, του δείκτη πωλήσεις προς υποχρεώσεις, και του δείκτη γενικής ρευστότητας.

Ικανοποιητική είναι η πορεία των CANDIA A.E.Ξ.&T.E , DASKOTELS A.E., ΑΙΓΑΙΟΝ A.E., ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ A.E., ΕΛΟΥΝΤΑ A.E., και ΗΛΙΟΣ A.E. αφού κατατάσσονται στις 14 πρώτες θέσεις της κατάταξης και για τα τρία έτη. Η ΑΙΓΑΙΟΝ A.E. η οποία κατατάσσεται 1^η το 2002 παρουσιάζει καλή ρευστότητα και μεγαλύτερες τιμές του μικτού περιθωρίου κέρδους και του δείκτη κυκλοφορίας των υποχρεώσεων από τη μέση τιμή των συγκεκριμένων δεικτών.

Ανοδική είναι η πορεία των EL GRECO A.E., ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ A.E., και ΑΝΙΣΣΑ A.E. οι οποίες ειδικά το 2002 αναρριχούνται σε υψηλές θέσεις της κατάταξης. Το έτος 2002 οι εταιρίες αυτές εμφανίζουν καλύτερη ρευστότητα, και μεγαλύτερο μικτό περιθώριο κέρδους σε σχέση με τα προηγούμενα έτη.

Πτωτική εμφανίζεται η πορεία των ΛΑΜΠΙΝΟΣ, Φ. Γ., A.E., και ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., A.E. οι οποίες παρουσιάζουν πτώση στην κατάταξη μέχρι και 16 θέσεις. Η πρώτη, παρουσιάζει κακή γενική ρευστότητα (0.16 – 0.27) και μείωση του δείκτη κυκλοφορίας υποχρεώσεων (Πωλήσεις / Υποχρεώσεις). Ενώ η δεύτερη, το 2002 έχει μικρότερο μικτό περιθώριο κέρδους και μεγαλύτερο δείκτη κυκλοφορίας των αποθεμάτων (Κόστος πωλήσεων / Μέσο επίπεδο αποθεμάτων).

Οι υπόλοιπες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εμφανίζονται στις τελευταίες θέσεις, με μικρές διακυμάνσεις.

Στην παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε μία μελέτη μέρους του κλάδου των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης, με βάση τα χρηματοοικονομικά τους στοιχεία. Ωστόσο, σε μια μελλοντική έρευνα θα ήταν χρήσιμο να αξιολογηθεί ένα μεγαλύτερο δείγμα των επιχειρήσεων, λαμβάνοντας υπόψη και κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά όπως εξειδίκευση προσωπικού, παρεχόμενες υπηρεσίες, σεβασμός στο περιβάλλον κα. Επιπλέον, ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα αποτελούσε και η κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων στηριζόμενη στο διαχωρισμό τους σε Α', Β', Γ' και Δ' κατηγορίας, ώστε να μπορούν να εντοπιστούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που κάθε κατηγορία παρουσιάζει.

Συνοψίζοντας, οι τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Κρήτης, αποτελούν βασικούς παράγοντες της οικονομικής και κοινωνικής ευημερίας του νησιού. Για τη διαμόρφωση της καλύτερης μελλοντικής πορείας των επιχειρήσεων αυτών, καθίσταται αναγκαίος ο σχεδιασμός μιας πολιτικής δράσεως για την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος του τόπου. Οι στόχοι αυτής της πολιτικής, θα πρέπει να περιλαμβάνουν επενδύσεις σε βασική υποδομή (οδικό δίκτυο, αεροδρόμια κλπ.), προβολή του νησιού στο εξωτερικό μέσω εξειδικευμένου φορέα, συνέπεια και σωστή νοοτροπία όσον αφορά τις παρεχόμενες υπηρεσίες και νέα τουριστικά πακέτα που θα αφορούν την χειμερινή περίοδο, αλλά και τις λιγότερο αστικές περιοχές.

- (1). Ζοπουνίδης Κ. (2003), “Βασικές αρχές και σύγχρονα θέματα του χρηματοοικονομικού μανάτζμεντ”, Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ.
- (2). Ψιμάρνη-Βούλγαρη Φ., Ζοπουνίδης Κ. (2000), “Χρηματοοικονομική στρατηγική μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα”, Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ.
- (3). Ζοπουνίδης Κ. (2001), “Ανάλυση χρηματοοικονομικών αποφάσεων με πολλαπλά κριτήρια”, Εκδόσεις ΑΝΙΚΟΥΛΑ.
- (4). Pardalos, Siskos, Zopounidis (1995), “Advances in Multicriteria Analysis”, Kluwer Academic Publishers .
- (4). ICAP , Κλαδική μελέτη για τον τουρισμό (2001)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

www.traveldailynews.gr

<http://www.inaep.org/>

http://www.ekdd.gr/docs/ESDD/Sem_Erg_ID/Gen_Dioik/s0202e.pdf

http://aurora1.itl.gr/bio_anaptyksh/gewstrathgikh/tourismpolicy.pdf

Πίνακας 1 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2000

| | ΚΕΡΑΗ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΑΗ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ ΛΟΓ. *365/ ΥΛΕΣ,ΥΛΙΚΑ | ΒΑΣΙΚΟ ΔΙΑΣΤ.ΒΙΩΣΙΜ ΟΤΗΤΑΣ | ΧΡΗΜΑΤ/ΚΑ ΕΞΟΔΑ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΙΔΙΑ ΚΕΦ./ΙΔΙΑ ΚΕΦ.+ΜΑΚΡ.ΥΠ ΟΧΡ. | ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡ./ΠΕΡΙΘ. ΑΥΤΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ |
|--|---------------------------------|---|---------------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------------|---|
| CRETA TRAVEL BUREAU A.E. | -0,02906 | -0,13831 | 0 | 0,424341 | 0,025226 | 0,273855 | 0,931297 | -15,2843 |
| CRETAN HOLIDAYS K. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. | -0,00431 | -0,0378 | 0 | 0,239791 | 0,015237 | 0,074009 | 0,99051 | 22,51076 |
| HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. | 0,008966 | 0,600578 | 0 | 0,159063 | 0,001838 | 0,247417 | 0,713145 | 4,720238 |
| MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. | 0,004507 | 0,523934 | 0 | 0,154663 | 0,008666 | 0,107599 | 1 | 11,59106 |
| RODOS TOURS TRAVELAND CRETE A.E. | 0,015349 | 0,119037 | 7123,451 | 0,134162 | 0,006193 | 0,283739 | 0,984384 | 2,477884 |
| SUMMERLAND TRAVEL A.E. | 0,006595 | 0,057179 | 0 | 0,285207 | 0,011835 | 0,134052 | 0,862337 | 4,446253 |
| ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. | -0,15187 | 3,033949 | 0 | 0,276741 | 0,037113 | 0,419619 | 1 | -4,1649 |
| ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε | -0,09254 | -0,18869 | 0 | 0,465434 | 0,085722 | 0 | 0,897912 | -23,7014 |
| ΕΛΛΑΣ ΕΞΙΠΡΕΣ Α.Ε. | 0,033158 | 0,136293 | 27395,16 | 0,128186 | 0,015224 | 0 | 1 | 5,359799 |
| ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. | 0,020739 | 0,092392 | 0 | 0,567262 | 0,005207 | 0,105472 | 0,881424 | 5,553475 |
| ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,042519 | 0,271544 | 0 | 1,287677 | 0,011576 | 0,180443 | 0,975848 | 10,83814 |
| ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. | 0,098529 | 2,381297 | 0 | 0,276903 | 0,000257 | 0,116665 | 1 | 0,784211 |
| ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. | 0,033033 | 2,37569 | 0 | 0,252877 | 0,022754 | 0,15132 | 1 | 4,126828 |
| ΠΛΩΓΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,009503 | 0,188432 | 0 | 0,535544 | 0,023935 | 0,220437 | 0,916599 | 11,34236 |
| ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. | 0,066767 | 0,210946 | 0 | 0,393327 | 0 | 0,843333 | 1 | 3,639017 |
| ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. | 0,023283 | 0,174767 | 0 | 0,512184 | 0,033613 | 0,120806 | 0,390174 | 8,343948 |

Πίνακας 2 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2001

| | ΚΕΡΔΗ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ ΛΟΓ. *365/ΥΛΕ Σ, ΥΛΙΚΑ | ΒΑΣΙΚΟ ΔΙΑΣΤ.ΒΙΩΣΙΜ ΟΤΗΤΑΣ | ΧΡΗΜΑΤ/ΚΑ ΕΞΟΔΑ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΙΔΙΑ ΚΕΦ. /ΙΔΙΑ ΚΕΦ.+ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡ. | ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡ./ΠΕΡΙΘ. ΑΥΤΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ |
|--|---------------------------------|---|----------------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------------------------------|---|
| CRETA TRAVEL BUREAU A.E. | -0,03958 | -0,20329 | 0 | 0,462623 | 0,034837 | 0,234049 | 0,918468 | -13,3615 |
| CRETAN HOLIDAYS K. ΜΠΙΑΝΤΟΥΒΑΣ A.E. | -0,00999 | -0,10199 | 0 | 0,221531 | 0,008811 | 0,062179 | 0,989543 | -514,527 |
| HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. | 0,006051 | 0,683466 | 0 | 0,102809 | 0,002035 | 0,235927 | 0,759032 | 4,471384 |
| MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. | 0,01584 | 1,340677 | 0 | 0,125129 | 0,004262 | 0,078002 | 1 | 5,460118 |
| RODOS TOURS TRAVELAND CRETE A.E. | 0,001196 | 0,017917 | 11441,61 | 0,121411 | 0,002884 | 0,307907 | 0,996077 | 6,443066 |
| SUMMERLAND TRAVEL A.E. | 0,014956 | 0,139302 | 957285,1 | 0,330501 | 0,002536 | 0,170634 | 0,830276 | 4,175327 |
| ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., A.E. | 0,075248 | 0,402681 | 0 | 0,243947 | 0,02218 | 0,285369 | 1 | 3,504393 |
| ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ A.E | 0,116805 | 0,350505 | 0 | 0,176381 | 0,008372 | 0,034273 | 0,906404 | 0,98797 |
| ΕΛΛΑΣ ΕΞΙΠΡΕΣ A.E. | 0,020425 | 0,074297 | 299140 | 0,604258 | 0,020272 | 0,020381 | 0,534097 | 11,95154 |
| ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ A.E. | 0,002184 | 0,023137 | 0 | 1,167617 | 0,00234 | 0,146036 | 0,835091 | 84,53042 |
| ZEYΣ ΚΡΗΤΗΣ A.E. | 0,031074 | 0,220822 | 0 | 1,069247 | 0,013945 | 0,187902 | 0,89398 | 10,98278 |
| ΙΜΠΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ A.E. | 0,094768 | 2,245535 | 0 | 0,250644 | 0,000204 | 0,132167 | 1 | 0,771461 |
| ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. | 0,062825 | 2,137788 | 0 | 0,194702 | 0,010314 | 0,104076 | 1 | 1,480796 |
| ΠΛΑΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ A.E. | -0,00019 | -0,00157 | 0 | 0,758621 | 0,053876 | 0,304653 | 1 | 252,963 |
| ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ A.E. | 0,079786 | 0,197504 | 0 | 0,301723 | 0 | 0,888847 | 1 | 4,250541 |
| ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ A.E. | 0,008939 | 0,071525 | 0 | 0,497674 | 0,017564 | 0,072345 | 0,90205 | 15,16596 |

Πίνακας 3 : ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2002

| | ΚΕΡΗ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΗ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΛΗΡΩΤΑΙΟΙ ΛΟΓ *365 / ΥΛΕΣ, ΥΛΙΚΑ | ΒΑΣΙΚΟ ΔΙΑΣΤ. ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ Σ | ΧΡΗΜΑΤ/ΚΑ ΕΞΟΔΑ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΙΔΙΑ ΚΕΦ. /ΙΔΙΑ ΚΕΦ.+ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡ. | ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡ./ΠΕΡΙΦ. ΑΥΤΟΧΡΗΜΑΤΟΛΟΓΗΣΗΣ |
|--|---------------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---|
| CRETA TRAVEL BUREAU A.E. | -0,3977 | -4,0455 | 0,0000 | 0,5977 | 0,0594 | 0,3959 | 0,7609 | -2,5478 |
| CRETAN HOLIDAYS K. ΜΠΑΝΤΟΥΒΑΣ Α.Ε. | 0,0183 | 0,2591 | 0,0000 | 0,1722 | 0,0054 | 0,0468 | 0,8594 | 5,7640 |
| HELLENIC ISLAND SERVICES ΗΡΑΚΛΕΙΟ Ε.Π.Ε. | 0,0109 | 0,2056 | 0,0000 | 0,0893 | 0,0034 | 0,1815 | 0,9419 | 1,9488 |
| MONDIAL HOSPITALITY Ε.Π.Ε. | 0,0154 | 0,8389 | 0,0000 | 0,1215 | 0,0055 | 0,0850 | 1,0000 | 6,6130 |
| RODOS TOURS TRAVELAND CRETE A.E. | 0,0228 | 0,2808 | 0,0000 | 0,1151 | 0,0033 | 0,3071 | 0,9395 | 2,5981 |
| SUMMERLAND TRAVEL A.E. | 0,0265 | 0,3499 | 0,0000 | 0,3334 | 0,0007 | 0,1324 | 0,7736 | 3,2485 |
| ΓΕΝΙΑΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε. | 0,0382 | 0,1745 | 0,0000 | 0,5279 | 0,0333 | 0,2993 | 1,0000 | 6,8149 |
| ΔΕΛΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε. | -0,0035 | -0,0063 | 0,0000 | 0,2072 | 0,0284 | 0,0656 | 0,9698 | 4,1116 |
| ΕΛΛΑΣ ΕΞΙΠΡΕΣ Α.Ε. | 0,0339 | 0,0782 | 367973,2869 | 1,4399 | 0,0706 | 0,0189 | 0,5899 | 14,3291 |
| ΕΛΛΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ Α.Ε. | 0,1937 | 0,4982 | 0,0000 | 1,7552 | 0,0013 | 0,2126 | 0,9896 | 2,3673 |
| ΖΕΥΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,0510 | 0,3064 | 0,0000 | 1,0465 | 0,0108 | 0,1785 | 0,9003 | 7,1525 |
| ΙΜΠΙΣ ΕΛ ΓΚΡΕΚΟ Α.Ε. | 0,0588 | 1,4924 | 0,0000 | 0,1684 | 0,0002 | 0,1193 | 1,0000 | 0,8402 |
| ΚΡΙΣΤΟΦΕΡ ΤΡΑΒΕΛ Ε.Π.Ε. | 0,0085 | 0,2329 | 0,0000 | 0,1868 | 0,0109 | 0,1127 | 1,0000 | 6,9984 |
| ΠΛΩΤΙΝ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,0001 | 0,0005 | 0,0000 | 0,6603 | 0,0375 | 0,2265 | 1,0000 | 86,5016 |
| ΣΟ.ΒΥ.ΝΑ ΤΡΑΒΕΛ Α.Ε. | -0,0991 | -0,2699 | 0,0000 | 0,1064 | 0,0000 | 1,0416 | 1,0000 | -4,0670 |
| ΣΟΛΜΑΡ ΤΟΥΡΣ Α.Ε. | 0,0376 | 0,2186 | 0,0000 | 0,8524 | 0,0155 | 0,0800 | 0,9218 | 8,5434 |

Πίνακας 4 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2000

| | ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ /ΓΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ /ΥΠΟΧΡΕΩ ΣΕΙΣ | ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ *365 /ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ /ΜΕΣΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ | ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓ. / ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ. |
|---|------------------------------|------------------------------|------------------------------|--|--|---|
| CANDIA Α.Ε.Ξ.&Τ.Ε. | 0,2633 | 0,7714 | 1,7952 | 28,0095 | 102,6298 | 0,2499 |
| DASKOTELS Α.Ε. | 0,1774 | 1,0330 | 1,3562 | 108,0458 | 65,8968 | 0,6351 |
| EL GRECO Α.Ε. | 0,1638 | 0,8868 | 0,5724 | 46,1155 | 82,9415 | 0,1073 |
| HOTELLAS Α.Ε. | 0,3784 | 0,6034 | 0,7089 | 303,8611 | 143,4394 | 3,1308 |
| SEVEN STARS Α.Ε. | -0,1168 | 1,4202 | 0,5391 | 41,0299 | 238,0816 | 0,1672 |
| SUNSTORES Α.Ε.Ε.Τ.Ε. | -0,1116 | 0,2880 | 0,0707 | 174,3806 | 32,3961 | 0,0538 |
| Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. | -0,0919 | 0,4519 | 1,0818 | 66,8357 | 26,8352 | 0,3211 |
| ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. | 0,3395 | 0,2684 | 1,4957 | 163,8125 | 71,2294 | 1,0540 |
| ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. | 0,2576 | 0,9823 | 2,4209 | 40,1294 | 49,7885 | 0,9727 |
| ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ε.Τ.Ε. | 0,2785 | 0,5176 | 0,3670 | 662,5869 | 39,2167 | 1,2135 |
| ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ε.&Τ.Ε. | 0,1166 | 1,0934 | 1,6389 | 149,1080 | 219,5180 | 1,1289 |
| ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. | -0,0330 | 0,7394 | 3,1624 | 82,2491 | 243,2165 | 1,4502 |
| ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. | 0,1854 | 0,5644 | 1,6855 | 25,4338 | 103,7935 | 0,2387 |
| ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. | 0,3728 | 0,6127 | 0,4339 | 143,8819 | 97,8868 | 0,3077 |
| ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,4199 | 0,7792 | 5,6414 | 248,1343 | 0,0000 | 4,7602 |
| ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. | 0,1783 | 2,1292 | 0,3598 | 25,3438 | 180,7607 | 0,1695 |
| ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,2953 | 0,3246 | 3,9702 | 307,5786 | 90,6997 | 3,7289 |
| ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. | 0,2861 | 1,1585 | 0,8404 | 37,7392 | 57,1745 | 0,2408 |
| ΕΠΙΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. | 0,0415 | 1,1486 | 0,4249 | 105,6172 | 325,5962 | 0,2528 |
| ΖΑΜΠΙΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. | 0,2079 | 0,6441 | 0,7727 | 120,8847 | 111,7308 | 0,6167 |
| ΗΛΙΟΣ Α.Ε. | 0,4762 | 0,7641 | 0,4823 | 128,2431 | 43,5056 | 0,7949 |
| ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. | 0,1563 | 0,8386 | 2,9342 | 62,4496 | 65,7674 | 1,0464 |
| ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. | 0,2068 | 1,0368 | 1,5400 | 29,6517 | 98,7813 | 0,4264 |
| ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. | 0,2286 | 0,7748 | 3,5530 | 23,8905 | 102,9427 | 0,2796 |
| ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,4154 | 4,3771 | 0,7928 | 346,7157 | 49,3720 | 1,5876 |
| ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. | 0,0954 | 1,2579 | 0,5693 | 37,6468 | 175,5335 | 0,4310 |
| ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,4699 | 0,3938 | 0,9126 | 96,3723 | 135,1154 | 0,6900 |
| ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. | 0,1690 | 0,8118 | 1,1279 | 184,5356 | 52,7007 | 0,7933 |
| ΤΕΑΒ Α.Ε. | 0,2642 | 0,5670 | 0,8312 | 73,2535 | 52,2307 | 0,4385 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. | 0,3264 | 0,7439 | 0,7688 | 369,7320 | 86,1766 | 1,0304 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. | -0,0289 | 1,5091 | 0,0000 | 66,6207 | 95,0587 | 0,2650 |
| ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. | 0,7307 | 0,9376 | 1,8412 | 17,3600 | 42,2437 | 0,7731 |
| ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. | 0,0298 | 0,4921 | 0,3367 | 604,3185 | 65,0513 | 32,6994 |
| ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. | 0,2318 | 0,4700 | 0,2303 | 304,4185 | 112,5448 | 0,5033 |
| ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. | 0,0522 | 0,9730 | 0,6334 | 82,8462 | 31,3805 | 0,1962 |

Πίνακας 5 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2001

| | ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ /ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ /ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ /ΥΠΟΧΡΕΩ ΣΕΙΣ | ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ *365 /ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ /ΜΕΣΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ | ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓ. /ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ. |
|---|------------------------------|-------------------------------|------------------------------|--|---|--|
| CANDIA Α.Ε.Ε.&Τ.Ε. | 0,3382 | 0,6449 | 2,0619 | 37,2449 | 60,0454 | 0,3549 |
| DASKOTELS Α.Ε. | 0,2345 | 0,9930 | 1,2817 | 108,2468 | 54,9748 | 0,5445 |
| EL GRECO Α.Ε. | 0,2559 | 0,8669 | 0,8740 | 69,2652 | 67,7349 | 0,4302 |
| HOTELLAS Α.Ε. | 0,4559 | 0,5792 | 0,5621 | 258,8968 | 145,4700 | 1,2432 |
| SEVEN STARS Α.Ε. | 0,0825 | 0,8182 | 0,4095 | 41,7618 | 120,1779 | 0,2391 |
| SUNSTORES Α.Ε.Ε.Τ.Ε. | -0,0649 | 0,5496 | 0,1571 | 109,3015 | 11,3573 | 0,1639 |
| Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. | 0,0434 | 0,5513 | 0,9287 | 72,0349 | 29,5650 | 0,2557 |
| ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. | 0,4150 | 0,2430 | 1,1288 | 219,9267 | 40,5260 | 1,2269 |
| ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. | 0,3670 | 0,8346 | 2,0356 | 39,2654 | 30,6355 | 0,9981 |
| ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ε.Τ.Ε. | 0,3014 | 0,5606 | 0,3692 | 297,0578 | 62,6903 | 0,8847 |
| ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ε.&Τ.Ε. | 0,1490 | 1,0953 | 1,3669 | 121,4657 | 181,6309 | 1,0843 |
| ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. | 0,1274 | 0,7719 | 4,4887 | 105,2414 | 145,2749 | 1,5725 |
| ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. | 0,3097 | 0,5715 | 1,9286 | 35,0635 | 72,7693 | 0,3071 |
| ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. | 0,3141 | 1,1975 | 0,4347 | 32,3657 | 143,2442 | 0,0956 |
| ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,2915 | 0,6990 | 4,5907 | 269,7664 | 0,0000 | 4,1445 |
| ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. | 0,2742 | 2,0730 | 0,4244 | 21,3513 | 150,2929 | 0,1869 |
| ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,3232 | 0,2971 | 0,8050 | 318,1340 | 78,8923 | 3,4745 |
| ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. | 0,3217 | 1,2395 | 0,8259 | 42,5978 | 48,0499 | 0,2558 |
| ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. | 0,3558 | 1,1239 | 0,6265 | 122,0620 | 231,3369 | 0,3989 |
| ΖΑΜΠΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. | 0,3137 | 0,7087 | 0,7195 | 97,6239 | 109,6984 | 0,8322 |
| ΗΛΙΟΣ Α.Ε. | 0,5233 | 0,4617 | 0,4304 | 91,3303 | 45,4633 | 0,6204 |
| ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. | 0,1804 | 0,8355 | 3,0627 | 66,6480 | 99,8349 | 1,1539 |
| ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. | 0,2259 | 0,8959 | 1,3824 | 23,0339 | 48,7855 | 0,1601 |
| ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. | 0,2654 | 0,7506 | 3,0665 | 13,8276 | 86,9497 | 0,2439 |
| ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,3355 | 4,0593 | 0,7719 | 392,4777 | 211,6076 | 1,4914 |
| ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. | 0,2020 | 1,2560 | 0,6322 | 22,7693 | 155,3035 | 0,2457 |
| ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,4315 | 0,1095 | 0,8439 | 34,7783 | 170,0557 | 0,2221 |
| ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. | 0,1851 | 0,7679 | 0,9194 | 194,4927 | 36,3684 | 1,2074 |
| ΤΕΑΒ Α.Ε. | 0,2559 | 0,5436 | 0,6816 | 39,1801 | 73,5918 | 0,1928 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. | 0,2548 | 0,6938 | 0,6776 | 436,4962 | 78,4904 | 1,0220 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. | 0,3105 | 1,4924 | 0,9762 | 30,9677 | 56,1573 | 0,1630 |
| ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. | 0,2891 | 0,7573 | 2,6800 | 126,6608 | 153,5537 | 1,9437 |
| ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. | 0,3233 | 0,4851 | 0,3127 | 709,3401 | 38,9492 | 33,1731 |
| ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. | 0,2444 | 0,6744 | 0,2297 | 96,4437 | 150,7664 | 0,5638 |
| ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. | 0,1769 | 0,9747 | 0,4810 | 116,4752 | 23,3303 | 0,2138 |

Πίνακας 6 : ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΤΟΣ 2002

| | ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ /ΥΠΟΧΡΕΩ ΣΕΙΣ | ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ *365 / ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ | ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓ. / ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ. |
|---|-------------------------------|--------------------------------|------------------------------|---|--|---|
| CANDIA Α.Ε.Ξ.&Τ.Ε. | 0,3565 | 0,6170 | 1,0685 | 27,4794 | 48,7933 | 1,3533 |
| DASKOTELS Α.Ε. | 0,2036 | 0,9714 | 1,1963 | 163,3604 | 50,4402 | 0,7400 |
| EL GRECO Α.Ε. | 0,2455 | 0,8932 | 1,0218 | 28,9106 | 71,6057 | 0,2076 |
| HOTELLAS Α.Ε. | 0,3834 | 0,4816 | 0,4835 | 233,7829 | 164,1874 | 1,6820 |
| SEVEN STARS Α.Ε. | 0,1465 | 0,9683 | 0,5483 | 21,7054 | 123,7114 | 0,2297 |
| SUNSTORES Α.Ε.Ξ.Τ.Ε. | -0,1918 | 1,0341 | 0,1938 | 68,8047 | 34,5439 | 0,0932 |
| Α.Ε.Τ.Ε.Α. Α.Ε. | 0,1306 | 0,6358 | 1,0084 | 39,1412 | 31,7838 | 0,2159 |
| ΑΓΑΠΗ ΜΠΗΤΣ Α.Ε. | 0,3775 | 0,2358 | 1,2892 | 225,2632 | 40,1214 | 1,1625 |
| ΑΙΓΑΙΟΝ Α.Ε. | 0,3358 | 0,7600 | 5,0945 | 27,9417 | 36,7908 | 1,1827 |
| ΑΛΝΤΕΜΑΡ Α.Ξ.Τ.Ε. | 0,2802 | 0,5263 | 0,3728 | 249,4346 | 55,5512 | 0,7106 |
| ΑΛΦΑ ΜΑΡΙΝ Α.Ξ.&Τ.Ε. | 0,1766 | 1,1432 | 1,9185 | 91,2332 | 127,0761 | 1,6633 |
| ΑΝΙΣΣΑ Α.Ε. | 0,1583 | 0,7866 | 11,0207 | 93,1996 | 204,1756 | 3,5486 |
| ΑΣΗΜΕΝΙΑ ΑΚΤΗ Α.Ε. | 0,3396 | 0,7941 | 4,1463 | 35,3594 | 73,5317 | 0,5824 |
| ΑΣΤΕΡΑΣ Α.Ε. | 0,2522 | 0,6609 | 0,6293 | 15,9073 | 75,1053 | 0,7754 |
| ΒΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,1036 | 0,4647 | 7,2336 | 360,7471 | 0,0000 | 7,3521 |
| ΓΙΑΝΝΙΚΑΚΗΣ, Σ., Α.Ε. | 0,1169 | 1,5970 | 0,4050 | 44,2289 | 118,2198 | 0,5600 |
| ΕΛΛΗΝΙΚΑΙ ΤΟΥΡ. & ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧΕΙΡ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,2753 | 0,3376 | 1,1623 | 179,4196 | 38,1673 | 1,6731 |
| ΕΛΟΥΝΤΑ Α.Ε. | 0,2615 | 1,1700 | 0,7378 | 46,1710 | 36,5592 | 0,3652 |
| ΕΠΑΝΩΜΕΡΙΤΑΚΗΣ, Κ., Α.Ε. | 0,2653 | 0,8872 | 0,4559 | 185,8759 | 97,4860 | 0,4207 |
| ΖΑΜΠΕΤΑΚΗΣ, Μ., Α.Ε.Τ.Ε. | 0,2084 | 0,5924 | 0,6290 | 102,1227 | 133,7410 | 0,9105 |
| ΗΛΙΟΣ Α.Ε. | 0,4982 | 0,3629 | 0,4121 | 133,9845 | 30,8064 | 1,2363 |
| ΚΑΛΟΥΤΣΑΚΗΣ, Θ. & Κ., Α.Ε. | 0,1549 | 0,7942 | 3,6480 | 80,3687 | 124,8608 | 1,4143 |
| ΚΡΗΤΙΚΟΣ ΑΣΤΗΡ Α.Ε. | 0,0767 | 0,9031 | 0,5070 | 111,2667 | 46,5108 | 0,4058 |
| ΛΑΜΠΡΙΝΟΣ, Φ. Γ., Α.Ε. | 0,1636 | 0,7406 | 1,3131 | 32,7546 | 69,2706 | 0,1657 |
| ΛΟΥΗΣ ΤΟΥΡ. ΞΕΝΟΔ. ΕΠΙΧ. ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. | 0,3412 | 2,6615 | 0,6796 | 451,1774 | 13,5580 | 1,3335 |
| ΛΥΤΤΟΣ Α.Ε. | 0,2225 | 1,1967 | 0,5722 | 39,7944 | 120,9728 | 0,3361 |
| ΜΑΝΤΩΝΑΝΑΚΗΣ Α.Ε. | 0,3746 | 0,0840 | 0,7194 | 31,9180 | 126,3255 | 0,2141 |
| ΜΗΤΣΗΣ CO. - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε. | 0,1730 | 0,8229 | 0,8659 | 234,3651 | 47,8742 | 1,1417 |
| ΤΕΑΒ Α.Ε. | 0,2225 | 0,5970 | 0,5940 | 31,7272 | 65,4116 | 0,0962 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ Α.Ε. | 0,3145 | 0,6816 | 0,5218 | 429,3061 | 112,2485 | 1,0744 |
| ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ Α.Ε. | 0,3239 | 1,3473 | 1,0544 | 28,3207 | 49,6538 | 0,1591 |
| ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ, Θ., Α.Ε. | 0,2935 | 0,7332 | 1,9914 | 98,0364 | 123,2706 | 1,2127 |
| ΧΑΠΙΜΑΓΚ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. | 0,2330 | 0,4535 | 0,2629 | 886,8782 | 39,0553 | 41,1130 |
| ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΣ Α.Ε. | 0,1897 | 0,9431 | 0,3627 | 59,4860 | 167,8243 | 0,2635 |
| ΧΩΡΙΟ ΙΚΑΡΟΣ Α.Ε. | 0,0726 | 0,9478 | 0,4293 | 130,4875 | 24,1550 | 0,2609 |