

ΤΕΙ ΗΠΕΙΡΟΥ
Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Η Οικονομική Κρίση και η Ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας: Η περίπτωση του Τουρισμού

Τρίτη 9 Δεκεμβρίου 2014

Κωνσταντίνος Τσώλης

Μέλος Δ.Σ. Ένωσης Ξενοδόχων Πρέβεζας

Αντιπρόσωπος στην Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων



Τι είναι «κρίση» γενικά

Εαφνικά

πρέπει να διαχειριστώ γεγονότα,
καταστάσεις και εξελίξεις για τα οποία
δεν έχω προετοιμαστεί ή
δεν διαθέτω τον απαραίτητο χρόνο
αντίδρασης

Τι είναι «Οικονομική Κρίση»

Μια κατάσταση όπου στην οικονομία μεταξύ άλλων επικρατούν:

- Μειωμένη Οικονομική Δραστηριότητα
- Χαμηλά Επίπεδα Ρευστότητας
- Μειωμένο Εισόδημα – Μειωμένα Κέρδη
- Υψηλή Ανεργία
- Χαμηλή Ανταγωνιστικότητα της Οικονομίας
- Αίσθημα Απαισιοδοξίας για τις οικονομικές εξελίξεις στο μέλλον

Πως αντιμετωπίζεται η οικονομική κρίση;

Αντιμετωπίζοντας τις αρνητικές συνέπειες:

- Αυξάνοντας την οικονομική δραστηριότητα
- Αυξάνοντας τα επίπεδα ρευστότητας
- Αυξάνοντας Εισοδήματα & Κέρδη
- Μειώνοντας την ανεργία
- Αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας
- Σαν αποτέλεσμα έρχονται οι καλές οικονομικές προοπτικές και το αίσθημα αισιοδοξίας για το μέλλον

Πως αντιμετωπίζεται η οικονομική κρίση;

Βασιζόμενοι και στηρίζοντας κλάδους της οικονομίας που:

- Συμβάλλουν στην αύξηση του Εγχώριου Εισοδήματος (ΑΕΠ)
- Δημιουργούν θέσεις εργασίας
- Είναι ανταγωνιστικοί σε διεθνή βάση

Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα



Πηγή: ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) www.sete.gr

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Περιγραφικός Ορισμός

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους και άλλων αναγκών.
- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το **ταξίδι** στον τουριστικό προορισμό και τη **διαμονή** σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Ορισμοί βάσει κατεύθυνσης

- **Εγχώριος τουρισμός** (domestic tourism): ο τουρισμός των κατοίκων μίας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής (πχ. ένας Αθηναίος πηγαίνει στην Τρίπολη)
- **Εξερχόμενος τουρισμός** (outbound tourism): αφορά στους μόνιμους κατοίκους μίας χώρας οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα (πχ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία)
- **Εισερχόμενος τουρισμός** (inbound tourism): ο τουρισμός των αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (πχ. ένας Γάλλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα)



Το Τουριστικό Κύκλωμα

- Tour Operators
- Retail Agents
- Incoming Tour Operators
- Online Travel Agents (π.χ. Booking.com)
- Transportation (Airlines etc.)
- Hotels – Accommodation
- Other Local Services (Car Rentals, Restaurants, Cafés, Activities, Local Guides, Retail Shops)

Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Ηπείρου

Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2013 κατά Νομό

	<u>ΝΟΜΟΣ</u>	<u>Μονάδες</u>	<u>Δωμάτια</u>	<u>Κλίνες</u>
1	ΙΩΑΝΝΙΝΑ	213	3.435	6.975
2	ΠΡΕΒΕΖΑ	99	2.565	4.939
3	ΘΕΣΠΡΩΤΙΑ	56	1.430	2.711
4	ΑΡΤΑ	12	293	603
	ΣΥΝΟΛΟ ΗΠΕΙΡΟΥ	380	7.723	15.228

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2013

Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Ελλάδας

Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2013 κατά Περιφέρειες

Περιφέρεια	Μονάδες	Δωμάτια	Κλίνες
1 ΚΡΗΤΗ	1.540	87.551	166.370
2 ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	1.040	73.702	143.864
3 ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.586	54.233	106.408
4 ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	1.267	48.980	91.815
5 ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	916	46.819	89.917
6 ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	840	27.113	53.129
7 ΚΥΚΛΑΔΕΣ	1.032	25.228	48.934
8 ΘΕΣΣΑΛΙΑ	573	14.619	28.523
9 ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	395	11.766	22.273
10 ΗΠΕΙΡΟΣ	380	7.723	15.228
11 ΘΡΑΚΗ	107	3.586	6.956
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	9.775	403.885	778.356

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2013



Σε γενικές γραμμές

Ο Τουρισμός :

- Αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της Οικονομίας
- Δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κλάδο αλλά συνδέεται με ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων



Πολλαπλά Επίπεδα Επίδρασης

- Άμεση Επίδραση
- Έμμεση Επίδραση
- Προκαλούμενη Επίδραση

Άμεση Επίδραση

- Οι μεταβολές του επιπέδου της παραγωγής, λόγω της τουριστικής κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την αύξηση των αρχικών εισροών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την τουριστική κατανάλωση.
- Παράδειγμα:

Λόγω αυξημένης κίνησης ένα ξενοδοχείο αγοράζει περισσότερες ντομάτες (Αυξάνεται ο τζίρος του μανάβη)

Έμμεση Επίδραση

- Η μεγαλύτερη παραγωγή στους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας που επηρεάζονται άμεσα από τον τουρισμό, συνεπάγεται επίσης την **αύξηση της ζήτησης για προϊόντα άλλων κλάδων** που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία.

- Παράδειγμα:

Ο μανάβης που προμηθεύει το ξενοδοχείο με περισσότερες ντομάτες αγοράζει περισσότερο χαρτί συσκευασίας για να τις συσκευάζει. (Αυξάνεται ο τζίρος του εμπόρου χαρτιού)

Προκαλούμενη Επίδραση

- Με τον όρο προκαλούμενη επίδραση περιγράφεται η συνεισφορά στα αποτελέσματα (ΑΕΠ, απασχόληση, κλπ.) από τη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες στην οικονομία, ως αποτέλεσμα **της μεταβολής του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών** που λαμβάνουν κατά το μήκος της αλυσίδας αξίας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Παράδειγμα:
Ο έμπορος χαρτιού που πουλάει στον μανάβη το χαρτί συσκευασίας λόγω αυξημένης κίνησης έχει περισσότερα κέρδη και με το επιπλέον αυτό εισόδημα αγοράζει παπούτσια.
(Αυξάνεται ο τζίρος του εμπορικού καταστήματος)

Η Συμβολή στο ΑΕΠ

- Για κάθε 1.000€ τουριστική δαπάνη το Ακαθάριστο Προϊόν αυξάνεται κατά 2.220€
- Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%



Η Συμβολή στην Απασχόληση

Η Απασχόληση που επηρεάζεται από την
Ανάπτυξη του Τουρισμού στην Ελλάδα εκτιμάται
σε:

741.000 θέσεις εργασίας
ή
16% της Συνολικής Απασχόλησης

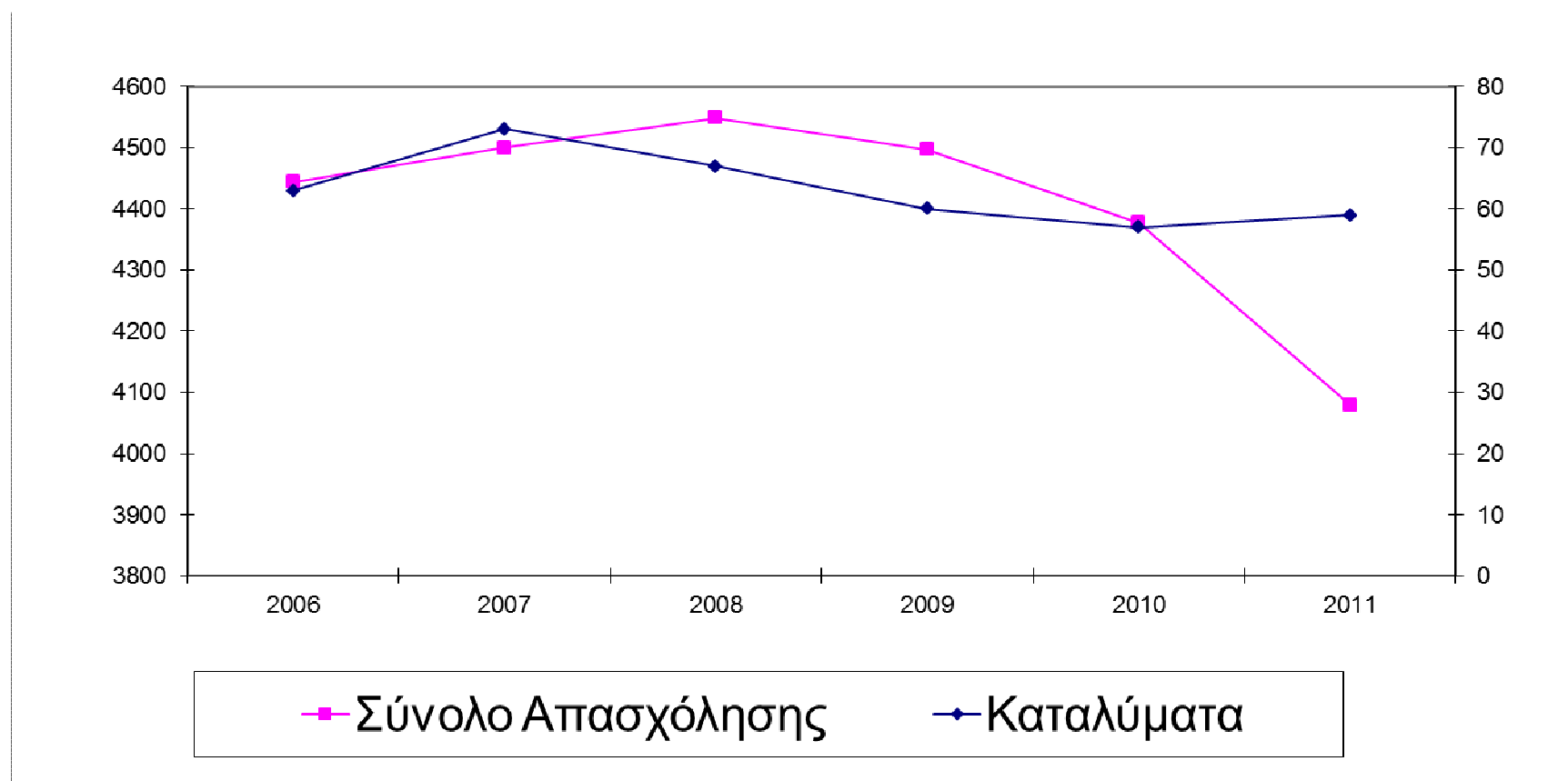


Η Συμβολή στην Απασχόληση

- Η αύξηση της τουριστικής κίνησης αποτυπώνεται άμεσα σε αύξηση των θέσεων εργασίας (ελαστική σχέση)
- Για κάθε 100 θέσεις άμεσης απασχόλησης που είναι αποτέλεσμα της τουριστικής δαπάνης και των επενδύσεων, υποστηρίζονται άλλες 130 θέσεις απασχόλησης στους προμηθευτές των τουριστικών επιχειρήσεων

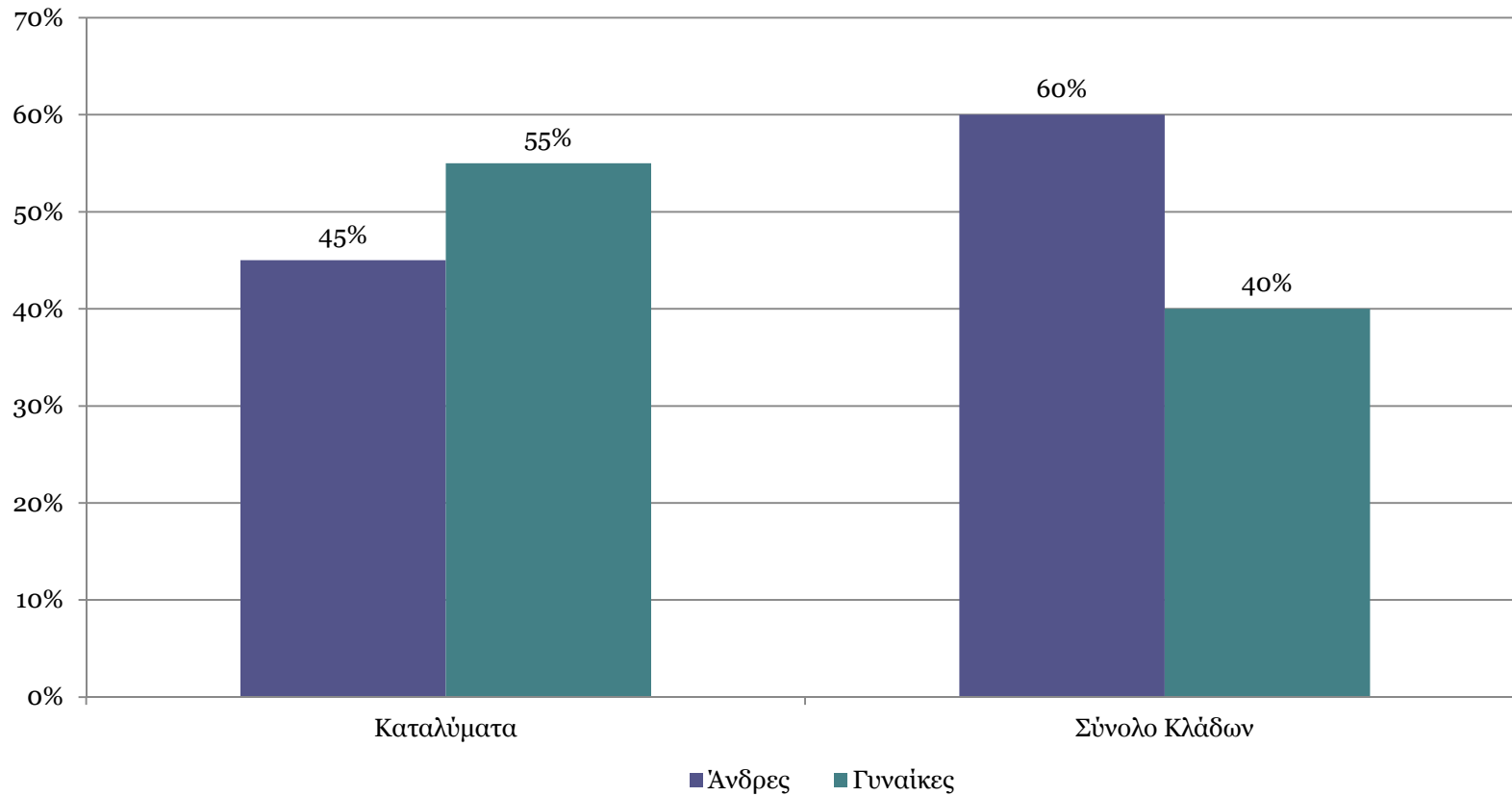
Η Συμβολή στην Απασχόληση

Απασχολούμενοι στα Καταλύματα και Συνολική Απασχόληση
2006-2011, (σε 000), Πηγή ΙΟΒΕ



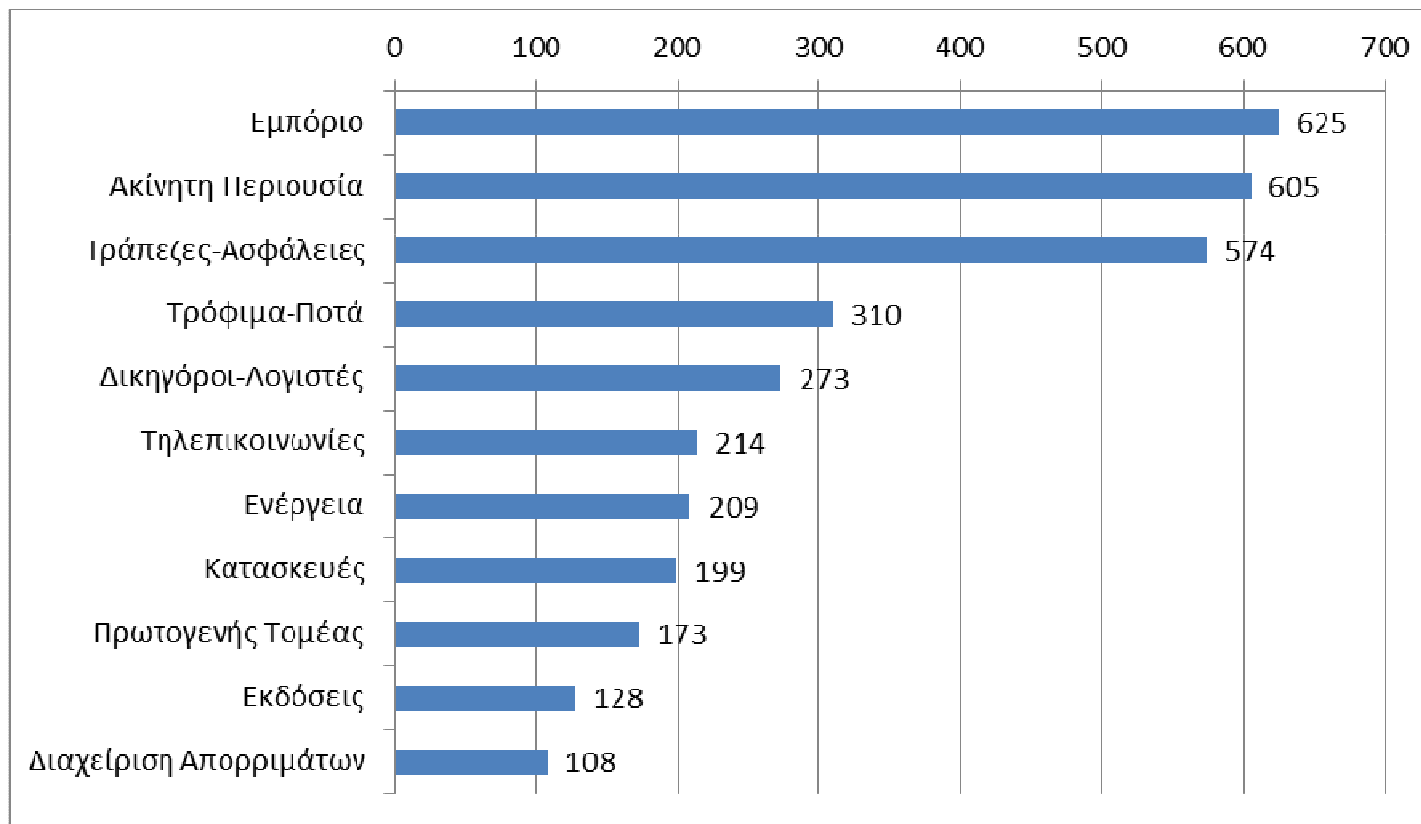
Η Συμβολή στην Απασχόληση

Απασχολούνται αναλογικά περισσότερες γυναίκες



Η επίδραση σε άλλους κλάδους

Έμμεση επίδραση του τουρισμού σε εγχώριους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (σε εκατ €) , Πηγή: IOBE





Η Συμβολή στην Εκπαίδευση

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος στον οποίο η εκπαίδευση των εργαζομένων κάνει τη διαφορά:

- Τουριστική Εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια Εκπαίδευση
- Ξένες Γλώσσες

Συνυπάρχει Αρμονικά

- Τα προαπαιτούμενα-ζητούμενα του Τουρισμού είναι στοιχεία ποιότητας ζωής για τους κατοίκους μιας περιοχής:
- Καθαρές Παραλίες
- Φυσικό Περιβάλλον
- Όμορφες Πόλεις
- Οδικά Δίκτυα, Υποδομές Μεταφορών
- Ασφάλεια

Τοπικά Προϊόντα Π.Ο.Π.

Η τουριστική ταυτότητα μιας χώρας (brand name) αλληλεπιδρά, υποστηρίζει και υποστηρίζεται με τα ίδια της τα προϊόντα:

- Ιταλία – Προσούτο
- Ισπανία – Χαμόν
- Ελβετία – Σοκολάτες, Τυριά
- Γαλλία – Κρασί, Τυριά



Τοπικά Προϊόντα Π.Ο.Π.

- Λάδι & Ελιά Πρέβεζας ή Κρήτης
- Φέτα Ηπείρου
- Ντομάτα Πρέβεζας
- Πορτοκάλια Άρτας
- Σαρδέλα & Γαρίδα Αμβρακικού

Η προέλευση ταξιδεύει μαζί με το προϊόν!



Ένας Διεθνώς Ανταγωνιστικός Κλάδος

- Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας: 32^η θέση
- Γενικός Δείκτης Ανταγωνιστικότητας 96^η θέση
- Αυτό σημαίνει ότι με ασφάλεια μπορούμε να υπολογίζουμε στην συνεισφορά του και τα επόμενα χρόνια



Κύριες Ανταγωνίστριες Χώρες

Ισπανία

Ιταλία

Πορτογαλία

Κροατία

Κύπρος

Τουρκία

Σημείο Αναφοράς: Το μοντέλο ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ

Παγκόσμια Κατάταξη Βάσει Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων 2010-2013 (σε εκατ.)					
Θέση	Χώρα	2010	2011	2012	2013
1	Γαλλία	77,6	81,6	83,0	n/a
2	Η.Π.Α.	60,0	62,7	66,7	69,8
3	Ισπανία	52,7	56,2	57,5	60,7
4	Κίνα	55,7	57,6	57,7	55,7
5	Ιταλία	43,6	46,1	46,4	47,7
6	Τουρκία	31,4	34,7	35,7	37,8
7	*Γερμανία	26,9	28,4	30,4	31,5
8	Ην.Βασίλειο	28,3	29,3	29,3	31,2
9	Ρωσία	20,3	22,7	25,7	28,4
10	Ταυλάνδη	15,9	19,2	22,4	26,5
11	Μαλαισία	24,6	24,7	25,0	25,7
12	Χονγκ Κονγκ	20,1	22,3	23,8	25,7
13	*Αυστρία	22,0	23,0	24,2	24,8
14	Ουκρανία	21,2	21,4	23,0	24,7
15	Μεξικό	23,3	23,4	23,4	24,2
16	Ελλάδα	15,0	16,4	15,5	17,9
17	Καναδάς	16,2	16,0	16,3	16,6
18	Πολωνία	12,5	13,4	14,8	15,8
19	Μακάο	11,9	12,9	13,6	14,3
20	Σαουδ. Αραβία	10,9	17,5	14,3	13,2

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)

**Παγκόσμια Κατάταξη Βάσει Διεθνών Τουριστικών Εισπράξεων
2010-2013 (δισ. US\$)**

Θέση	Χώρα	2010	2011	2012	2013
1	Η.Π.Α.	103,5	115,6	126,2	139,6
2	Ισπανία	52,5	60,0	56,3	60,4
3	Γαλλία	47,0	54,8	53,6	56,1
4	Κίνα	45,8	48,5	50,0	51,7
5	Μακάο	27,8	38,5	43,7	51,6
6	Ιταλία	38,8	43,0	41,2	43,9
7	Ταϊλάνδη	20,1	27,2	33,8	42,1
8	Γερμανία	34,7	38,9	38,1	41,2
9	Ην. Βασίλειο	32,4	35,1	36,2	40,6
10	Χονγκ Κονγκ	22,2	28,5	33,1	38,9
11	Αυστραλία	28,0	31,3	31,7	31,1
12	Τουρκία	22,6	25,1	25,3	28,0
13	Μαλαισία	18,1	19,7	20,2	21,5
14	Αυστρία	18,6	19,9	18,9	20,1
15	Σιγκαπούρη	14,2	18,1	18,9	19,1
16	Ινδία	14,5	17,7	18,0	18,4
17	Καναδάς	15,8	16,8	17,4	17,7
18	Ελβετία	14,7	17,1	16,0	16,6
19	Ελλάδα	12,7	14,6	13,4	16,1
20	Ολλανδία	12,9	14,3	13,7	15,6

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο, Ιούνιος 2014)



Η Συμβολή στην Κοινωνική Συνοχή

Ο Τουρισμός Προσφέρει:

- Εισόδημα
- Επιχειρηματικές και Αναπτυξιακές ευκαιρίες
- Θέσεις απασχόλησης

σε περιοχές της χώρας που χαρακτηρίζονται από
πληθυσμιακή συρρίκνωση (νησιά, ορεινές
περιοχές)



SWOT Analysis

- Δυνατά Σημεία
- Αδύναμα Σημεία
- Ευκαιρίες
- Απειλές

Δυνατά Σημεία

- Φυσικό Περιβάλλον
- Δυνατή Σύνδεση του Brand Name «ΕΛΛΑΔΑ» με τους περισσότερους πολιτισμούς ειδικά τους δυτικούς.
- Οργανωμένοι όμιλοι-εταιρείες με μακρόχρονη παράδοση και εμπειρία στον Τουρισμό
- Εκσυγχρονισμός Ξενοδοχειακών Υποδομών

Αδύνατα Σημεία

- Τα επί χρόνια γνωστά διαρθρωτικά προβλήματα του Ελληνικού Τουρισμού:
 - Εποχικότητα
 - Γεωγραφική Συγκέντρωση
 - Ελλείψεις σε Υποστηρικτικές Υποδομές & Δίκτυα Μεταφορών
- Γραφειοκρατία
- Μονομερής Εξάρτηση από τους μεγάλους Tour Operators
- Έλλειψη Μακρόπνου Σχεδιασμού - Συνεχώς μεταβαλλόμενο Περιβάλλον Λειτουργίας (Φορολογία – Νομοθεσία)

Ευκαιρίες

- Συστηματική, Οργανωμένη Προβολή & Προώθηση του Ελληνικού Τουριστικού Προϊόντος με ιδιαίτερη έμφαση στον τουρισμό πόλεων και ανάδειξη νέων προορισμών
- Συστηματική Προσέγγιση Νέων & Αναδυόμενων Αγορών (Ρωσία, Κίνα κλπ)
- Ανάδειξη Ειδικών Μορφών Τουρισμού (αθλητικός, αγροτουρισμός, θρησκευτικός, ιαματικός, δραστηριοτήτων)
- Ανάδειξη επιμέρους τοπικών χαρακτηριστικών & ιδιαιτεροτήτων – Συνέργειες με τον πρωτογενή τομέα: «Ελληνικό Πρωινό», Παραδοσιακή Ελληνική Κουζίνα, Μεσογειακή Διατροφή
- Θεσμικές μεταρρυθμίσεις (π.χ. αστεριοποίηση ξενοδοχείων, χρησιμοποίηση ιδιοπαραγόμενων προϊόντων αγροτουρισμού)

Απειλές

- Η Παγκόσμια Οικονομική Ύφεση – Περιορισμένο Διαθέσιμο Εισόδημα Καταναλωτών
- Μείωση Εσωτερικού Τουρισμού
- Έντονος Ανταγωνισμός από Γειτονικές Χώρες (Τουρκία, Κροατία) με χαμηλό κόστος υπηρεσιών
- Έλλειψη Ρευστότητας – Στενότητα στην Τραπεζική Χρηματοδότηση
- Παραξενοδοχεία – Παράνομα Καταλύματα

Προτάσεις - Προοπτικές

Άμβλυνση της εποχικότητας: Να ξεφύγουμε από το μοντέλο «ΗΛΙΟΣ-ΘΑΛΑΣΣΑ» με ανάδειξη των

- τοπικών ιδιαιτεροτήτων και προϊόντων
- προώθηση εναλλακτικού τουρισμού
- Ανάπτυξη Πολιτιστικού Τουρισμού σε τουριστικά μη αναπτυγμένες περιοχές (Θέατρα Νικόπολης – Δωδώνης)

για να αντιμετωπίσουμε τη γεωγραφική συγκέντρωση και να δημιουργήσουμε προορισμούς που θα ελκύουν νέες αγορές (Ρωσία, Κίνα κλπ)

Προτάσεις-Προοπτικές

- Να πιστέψουμε στις δυνατότητες της χώρας μας, της περιοχής μας
- Να προβάλλουμε συστηματικά και με επαγγελματισμό τη χώρα μας και την περιοχή μας
- Να αναπτύξουμε τη συνεργασία μεταξύ των ανθρώπων του τουρισμού
- Να αναπτύξουμε τη συνεργασία τουρισμού και πρωτογενή τομέα



Προτάσεις-Προοπτικές

- Να επενδύσουμε στην εκπαίδευση
- Να επενδύσουμε στους νέους ανθρώπους




Μια μέρα στο Ξενοδοχείο

ΧΑΜΟΓΕΛΟ

- Πρωινά
- Αναχωρήσεις / Check-Out
- Οροφοκομία / Housekeeping
- Αγορές-Προμήθειες
- Αφίξεις / Check-In
- Γεύμα
- Δείπνο
- Κλείσιμο Ημέρας

Με τι ασχολείται ο Λογιστής του Ξενοδοχείου;

- Έσοδα - Ξενοδοχειακή Λογιστική – Εσωτερικό Λογιστικό Σύστημα(M/C)
- Αγορές - Δαπάνες
- Μισθοδοσία – ΙΚΑ - ΤΑΠΠΤ



Γιατί αξίζει μια καριέρα στον Τουριστικό κλάδο;

- Ένας κλάδος δυναμικός με καλές προοπτικές
- Πολυπολιτισμικό περιβάλλον

- Γιατί σαν Έλληνες «το έχουμε μέσα μας»

Πως αντιμετωπίζεται η κρίση;

- Συνέργειες – Συμμαχίες
(το ένα χέρι νίβει το άλλο)
- Εξωστρέφεια
(να ανοίξουμε τα μάτια μας και όχι να βγάζουμε το μάτι του διπλανού)
- Διεκδικούμε
(και όχι απαιτούμε, τίποτα δεν χαρίζεται)
- Ενεργούμε
(τα πολλά λόγια είναι φτώχεια)