

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ

HOTEL ACCOUNTANCY

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΝΕΟΦΩΤΙΣΤΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΤΟΜΑΡΑ ΜΑΡΙΑ

ΦΟΥΣΕΚΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΒΑΡΔΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ



ΠΑΤΡΑ ΜΑΙΟΣ 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ABSTRACT	6
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ.....	10
1.1: Η σημασία της τουριστικής οικονομίας.....	10
1.2: Το αντικείμενο και οι διακρίσεις της τουριστικής οικονομίας.....	10
1.3: Ορισμός και κατηγορίες τουρισμού.....	11
1.4: Διακρίσεις και μορφές τουρισμού.....	11
1.5: Οι παράγοντες επηρεασμού και τα βασικά προβλήματα στον τουρισμό....	12
1.6: Τουριστικά κίνητρα.....	12
1.7: Ταξιδιωτικός πράκτορας και οργανωτές ταξιδιών.....	13
1.8: Τουριστικές επενδύσεις.....	13
1.9: Τουριστική βιομηχανία και αγορά.....	14
1.10: Τουριστικό προϊόν.....	15
1.11: Ακαθάριστο τουριστικό προϊόν.....	16
1.12: Τουριστικές εισαγωγές-εξαγωγές.....	17
1.13: Τουριστική κατανάλωση.....	17
1.14: Τουριστική ζήτηση.....	17
1.14.1: Νόμος τουριστικής ζήτησης.....	18
1.14.2: Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης.....	19
1.14.3: Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση.....	20
1.14.4: Ελαστικότητες τουριστικής ζήτησης.....	20
1.14.4.1: Ως προς την τιμή.....	20
1.14.4.2: Ως προς το εισόδημα.....	21
1.14.5: Τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα ανά περιφέρεια και χρήσιμα συμπε- ράσματα.....	30
1.15: Τουριστική προσφορά.....	31
1.16: Ισορροπία προσφοράς καμπύλης τουριστικής ζήτησης.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ.....	34
2.1: Ιστορική αναδρομή ξενοδοχείων.....	34
2.2: Ορισμός και σκοπός ξενοδοχειακής λογιστικής.....	35
2.3: Ορισμός ξενοδοχειακής επιχείρησης.....	35
2.4: Ξενοδοχειακές λογιστικές αρχές.....	35
2.5: Ξενοδοχειακές αρχές.....	37
2.6: Η συμβολή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.....	37
2.7: Λειτουργίες και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.....	39
2.8: Προβλήματα ξενοδοχειακής Λογιστικής.....	41
2.9: Συντελεστές δράσης ξενοδοχείων.....	42
2.10 : Κατηγορίες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.....	43
2.11 : Διακρίσεις ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.....	44
2.12: Προγράμματα ΕΣΠΑ για την δημιουργία ξενοδοχείων.....	47
2.13: Ξενοδοχειακό δυναμικό στην Ελλάδα από το 2005-2014.....	49
2.14: Οργάνωση και τμηματοποίηση στα ξενοδοχεία.....	52
2.15: Τεχνικές που συμβάλλουν στην οργάνωση της ξενοδοχειακής μονάδας...54	
2.16: Τμήματα και Υπηρεσίες.....	57

2.17: Εποχικότητα και η επίδρασή της στα τμήματα του ξενοδοχείου.....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°: MAIN COURANTE.....	63
3.1: Main Courante γενικά.....	63
3.2: Τα έντυπα της Main Courante.....	64
3.3: Τρόπος ενημέρωσης της Main Courante.....	65
3.4: Γραμμογράφηση της Main Courante.....	66
3.5: Διαδικασίες κλεισίματος της Main Courante	67
3.6: Μηχανογράφηση της Main Courante.....	67
3.6.1: Ομοιότητες και διαφορές της χειρόγραφης με την μηχανογραφημένη Main Courante.....	68
3.7: Πρακτικά παραδείγματα εφαρμογής της Main Courante.....	68
3.7.1 Παράδειγμα 1.....	68
3.7.2 Παράδειγμα 2.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°: ΒΙΒΛΙΟ ΠΟΡΤΑΣ.....	72
4.1: Βιβλίο κίνησης πελατών ή βιβλίο πόρτας	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ.....	73
5.1: Κατανάλωση πετρελαίου στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (γενικά).....	73
5.1.1: Παράδειγμα για την κατανάλωση πετρελαίου στο ξενοδοχείο και την επιστροφή του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης.....	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°: ΦΠΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	75
6.1: Το ΦΠΑ στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.....	75
6.1.1: Παράδειγμα 1.....	77
6.1.2: Παράδειγμα 2.....	78
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7°: ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ ΦΟΡΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ..	79
7.1: Δημοτικός Φόρος - Φόρος Παρεπιδημούντων.....	79
7.1.1 Παράδειγμα 1.....	80
7.1.2 Παράδειγμα 2.....	81
7.1.3 Παράδειγμα 3.....	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8°: ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ.....	84
8.1: Άρθρο 1 Πεδίο εφαρμογής.....	84
8.2: Άρθρο 2 Κατηγορίες Μισθωτών.....	84
8.3: Άρθρο 3 Βασικοί μηνιαίοι μισθοί και ημερομίσθια.....	85
8.4: Άρθρο 4	85
8.5: Άρθρο 5 Καθορισμός ημερών και ωρών εργασίας.....	85
8.6: Άρθρο 6 Σύσταση επιτροπής ένταξης ειδικοτήτων.....	86
8.7: Άρθρο 7 Διατήρηση διατάξεων - Αρχή ευνοικότερης ρύθμισης.....	86
8.8: Άρθρο 8 Χρόνος ισχύος.....	86
8.9: Υπολογισμός μισθοδοσίας.....	88
8.9.1: Παράδειγμα Α κατηγορίας.....	88
8.9.2: Παράδειγμα Δ κατηγορίας.....	89
8.9.3: Παράδειγμα Β κατηγορίας.....	89
8.9.4: Παράδειγμα Γ κατηγορίας.....	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9°: ΣΥΝΤΑΞΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ.....	95
9.1: Η έννοια του ισολογισμού.....	95
9.1.1: Χρόνος συντάξεως του ισολογισμού.....	95
9.1.2: Μορφές ισολογισμού.....	96
9.2: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης.....	96
9.2.1: Κατάταξη λογαριασμών των λειτουργικών εξόδων.....	96
9.3: Καθολικά.....	97

9.3.1: Διακρίσεις καθολικών.....	97
9.4: Ισοζύγιο.....	98
9.4.1: Διακρίσεις ισοζυγίου.....	98
9.5: Αποσβέσεις.....	98
9.5.1: Προσδιοριστικοί παράγοντες.....	103
9.6: Παράδειγμα στην ξενοδοχειακή λογιστική.....	112
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10°: ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ.....	112
10.1: Ανάλυση οικονομικών καταστάσεων.....	112
10.2: Αντικείμενο της χρηματοοικονομικής ανάλυσης.....	112
10.3: Αριθμοδείκτες στην ξενοδοχειακή επιχείρηση.....	112
10.3.1: Δείκτες πληρότητας.....	113
10.3.2: Δείκτες κόστους.....	116
10.3.3: Δείκτες εσόδων.....	117
10.3.4: Δείκτες κερδών.....	119
10.4: Περιορισμοί στην ανάλυση και την ερμηνεία των αριθμοδεικτών.....	119
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11°: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ WINDOWS ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ.....	121
11.1: Μια πρώτη γνωριμία με το πρόγραμμα.....	121
11.2: Στοιχεία ξενοδοχείου.....	124
11.3: Στοιχεία σχετικά με τα δωμάτια που διαθέτει το ξενοδοχείο.....	126
11.4: Καταχώρηση πρακτορείων.....	126
11.5: Καταχώρηση πελατών.....	126
11.6: Κρατήσεις.....	129
11.7: Οικονομικά στοιχεία ξενοδοχείου.....	132
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	136

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Είναι γεγονός ότι η τουριστική βιομηχανία και η ξενοδοχειακή επιχείρηση, αναπτύσσονται ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Ο Ελληνικός τουρισμός χωρίς καμία αμφιβολία, είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο από τους άλλους κλάδους της οικονομίας μας.

Οι παράγοντες που είναι η αιτία αύξησής τους, είναι η γεωγραφική θέση (το κλίμα, ο ήλιος, ο γαλάζιος ουρανός, η θάλασσα, με τα όμορφα νησιά και οι εξαιρετικές παραλίες της). Η ιστορία της, με τα εξαιρετικά αρχαία μνημεία και τα μουσεία που αναδεικνύουν το πολιτισμό μας και προς παντός αυτό που προσελκύει το ενδιαφέρον των ξένων, είναι η πρόθυμη φιλοξενία των Ελλήνων.

Η ταχύτατη αύξηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων την τελευταία δεκαετία, ήταν η αιτία δημιουργίας της ξενοδοχειακής λογιστικής, η οποία έρχεται να λάβει καθοριστικό ρόλο για την ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς θα συντονίζει και θα οργανώνει όλες τις λειτουργίες των τμημάτων και κλαδών εκμετάλλευσης σωστά, έτσι, ώστε να παρέχει στον υπεύθυνο της επιχείρησης και σε τρίτους τις πληροφορίες που χρειάζονται. Τον ρόλο αυτό καλείται να πάρει ο λογιστής, ο οποίος πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά τους λογιστικούς χειρισμούς για την αντιμετώπιση προβλήματος αν υπάρξει, να συντάσσει σωστά και στην κατάλληλη χρονική στιγμή τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Επίσης ο λογιστής θα πρέπει να είναι ενήμερος για τα επενδυτικά σχέδια της ξενοδοχειακής επιχείρησης και για τυχόν επενδυτική ευκαιρία που δεν θα ήταν ευχάριστο να χάσει η ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ευρωπαϊκή ένωση έχει ως στόχο μέχρι το 2020, η Ελλάδα να έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στο τομέα του τουρισμού. Αυτό θα έχει ως συνέπεια η Ελληνική τουριστική βιομηχανία να είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη συνεχή βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, λόγω ανταγωνισμού, κάτι το οποίο θέλει προσοχή. Ο ξενοδοχειακός κλάδος είναι το στήριγμα της οικονομίας της χώρας μας, διότι προσφέρει απασχόληση σε εκατοντάδες χιλιάδες άτομα και έτσι μειώνει την ανεργία, βελτιώνει τα ισοζύγια των πληρωμών, το ΑΕΠ της χώρας μας και γενικότερα την αυξάνει την οικονομία της σε παρά πολλούς κλάδους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην πτυχιακή αυτή εργασία αποτυπώνεται ο τουριστικός και ο ξενοδοχειακός κλάδος, συνδυαστικά με την εφαρμογή της λογιστικής.

Αρχικά παρουσιάζεται το θεσμικό πλαίσιο του τουρισμού, οι παράγοντες που επηρεάζονται και τα προβλήματα που χρειάζονται επίλυση. Ακολούθως, απεικονίζεται η τουριστική ζήτηση και προσφορά. Στην συνέχεια αναφέρεται το θεσμικό πλαίσιο της ξενοδοχειακής λογιστικής και επιχείρησης. Περιγράφονται οι κατηγορίες, οι διακρίσεις, τα τμήματα, η οργάνωση των ξενοδοχείων καθώς και η συμβολή των ξενοδοχείων σε άλλους κλάδους. Αναλύονται οι διάφορες δυσκολίες και η ανάγκη επίλυσή τους εξαιτίας της ιδιαιτερότητας των ξενοδοχείων.

Σκοπός της " Ξενοδοχειακής Λογιστικής " σεβόμενη τις ξενοδοχειακές λογιστικές αρχές και με γνώμονα τις θεωρίες και πρακτικές εφαρμογές των λογιστικών συστημάτων, είναι η παρουσίαση του τρόπου λειτουργίας μιας ξενοδοχειακής μονάδας.

Επιλογικά αναφέρεται η χρησιμοποίηση και ο σκοπός των χρηματοοικονομικών καταστάσεων και αριθμοδεικτών. Τέλος προβάλλεται ένα εγκατεστημένο πρόγραμμα σε ξενοδοχειακή επιχείρηση για την πιο εύκολη κατανόηση στην πολυσύνθετη λειτουργία της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

ABSTRACT

In this final work the tourist and hotel brands is presented combinationally with the application of accountancy.

Initially the institutional frame of tourism, the factors that are influenced and the problems that need solving is presented. Subsequently the tourist demand and offer are portrayed. There follows the legal framework of accounting and hotel business. The categories, the discriminations, the departments, the organization of hotels is described as well as the contribution of hotels in other sectors. In addition the various difficulties and their need of resolution due to the particularity of hotels are analyzed.

The purpose of “Hotel Accountancy” respecting the hotel accountant principles and taking into consideration the theories and practical applications of accountant systems, is the presentation of the way of operation of a hotel unit.

Moreover, it is reported the utilization and the aim of financing situations and ratios. Finally an installed program in hotel business is shown for easier understanding of the complex operation of the hotel business.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η πτυχιακή αυτή εργασία κατά τη διάρκεια συγγραφής της, αποτέλεσε για μας μέσο απόκτησης γνώσεων αλλά και εμπειριών. Ωστόσο για να ολοκληρωθεί συνέβαλλαν ορισμένα άτομα τα οποία θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τον εποπτεύον καθηγητή μας κύριο Ιωάννη Βάρδα για την πολύτιμη βοήθεια, την καθοδήγηση και την κατανόησή του κατά την διάρκεια της πτυχιακής μας εργασίας. Οι υποδείξεις και οι συμβουλές του ήταν καθοριστικές για την πραγματοποίηση της.

Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον κύριο Πέτρο Μάνεση, προγραμματιστή λογισμικού της εταιρίας Intel-Soft, για την θετική ανταπόκρισή του, ως προς την άδεια χρησιμοποίησης του λογισμικού HotelDesk το οποίο χρησιμοποιήσαμε στο 11^ο κεφάλαιο για την διαχείριση της ξενοδοχειακής μονάδας.

Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε το εκπαιδευτικό αλλά και το διοικητικό προσωπικό του τμήματος λογιστικής, για τις ευκαιρίες που μας έδωσαν, τις γνώσεις και τα εφόδια που μας παρείχαν τα χρόνια των σπουδών μας και τα οποία θα μας κατευθύνουν στην μετέπειτα πορεία μας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη του ανθρώπου να εξερευνήσει καινούργιες περιοχές, να γνωρίσει νέους ανθρώπους, να ανταλλάξει τα προϊόντα του με άλλα, ή ακόμα και να παρακολουθήσει θρησκευτικές τελετές, είναι γνωστή από την αρχαιότητα. Χαρακτηριστική μορφή τουρισμού ήταν η μετακίνηση στους τόπους λατρείας όπως για παράδειγμα στον Όλυμπο, για την λατρεία των θεών του Ολύμπου η οποία ήταν εμφανής στην Ελλάδα από την αρχαιότητα. Το μαντείο της Δωδώνης και των Δελφών αποτελούσαν μεγάλους θρησκευτικούς τόπους όπου πολλοί πιστοί πήγαιναν απ' όλο τον κόσμο. Αντίστοιχα τα Ολύμπια προς τιμήν του θεού Δία που πραγματοποιούνταν κάθε τέσσερα χρόνια αποτελούσαν μεγάλη θρησκευτική γιορτή.

Ο Δίας, ο οποίος ήταν προστάτης των ξένων θέσπιζε κάθε φορά που θα έφτανε στον τελικό του προορισμό ο ταξιδιώτης, να νιώθει ασφάλεια, και σιγουριά ότι θα βρει στέγαση και για το λόγο αυτό η αρχαία Ελλάδα χαρακτηριζόταν για την φιλοξενία που παρείχε στους ταξιδιώτες.

Κατά τη Ρωμαϊκή εποχή τα ταξίδια χαρακτηρίζονταν περισσότερο ασφαλή, διότι το ρωμαϊκό ναυτικό φημιζόταν για την δύναμή του στην θάλασσα και παράλληλα ο στρατός φρόντιζε στην στεριά οι δρόμοι να μένουν ελεύθεροι για να είναι εφικτή η διακίνηση και το εμπόριο των τροφίμων και διάφορων άλλων υλικών. Επίσης καθώς οι Ρωμαίοι διέθεταν αρκετές ιαματικές πηγές συνδυαζόταν η θεραπεία με επισκέψεις σε κοντινές περιοχές για αναψυχή, ή για μόρφωση καθώς κοντά στα λουτρά υπήρχαν βιβλιοθήκες και μουσεία.

Οι μετακινήσεις κατά τον Μεσαίωνα αυξήθηκαν σημαντικά διότι αυτές είχαν να κάνουν με το προσκύνημα στους Άγιους τόπους, το οποίο και αποτέλεσε το επίκεντρο του τουρισμού. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ταξιδιώτες δεν αντιμετώπιζαν ποτέ πρόβλημα στέγασης και τροφής, καθώς η εκκλησία προέτρεπε τους πιστούς να τους φιλοξενούν.

Οι σταυροφορίες επίσης έπαιξαν καθοριστικό ρόλο κατά τον Μεσαίωνα έτσι ώστε να ανοίξουν οι δρόμοι με προορισμό τους Άγιους Τόπους τους οποίους είχαν κλείσει άραβες μουσουλμάνοι.

Κατά την περίοδο της αναγέννησης οι τέχνες και η δημιουργία νέων χωρών ήταν και η αφορμή για την ραγδαία εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος. Γνωστοί καλλιτέχνες όπως ο Νταβίντσι και ο Μικελάντζελο άφησαν τεράστια κληρονομιά με βασικό χρηματοδότη την εκκλησία.

Τον 19^ο αιώνα παρατηρήθηκαν σημαντικές εφευρέσεις όπως η πυξίδα οι οποίες σε συνδυασμό με την εξέλιξη των πλοίων ώθησαν τους ανθρώπους στην ανακάλυψη νέων χωρών, πολιτισμών κτλ. Συνάμα η εξέλιξη του σιδηροδρόμου και του αυτοκινήτου αποτέλεσαν αναμφίβολα τα μέσα για την εμπορική ανάπτυξη αλλά και για την τουριστική κίνηση. Έτσι τα τουριστικά καταλύματα άρχισαν σιγά σιγά να εκσυγχρονίζονται καθώς και να προσφέρουν κάθε είδους ανέσεις και επιπλέον να προσφέρουν και δυνατότητες για ψυχαγωγία και διασκέδαση. Επιπροσθέτως ο Thomas Cook ο οποίος υπήρξε ο πρώτος τουριστικός πράκτορας, συνέλαβε με τον δικό του τρόπο στην εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος απευθυνόμενος αρχικά στην υψηλή κοινωνία με την προσφορά πακέτου ξενοδοχείου, διατροφής και ξεναγήσεων ενώ στην συνέχεια επεκτάθηκε στην μεσαία τάξη.

Κατά τον 20^ο αιώνα πραγματοποιήθηκαν τα πρώτα υπερατλαντικά ταξίδια, με την χρήση του αεροπλάνου και του αυτοκινήτου για κοντινότερες αποστάσεις. Το 1970 ιδρύθηκαν τα πρώτα περιοδικά τα οποία αφορούσαν τον τουρισμό λαμβάνοντας υπόψη στα σοβαρά το φαινόμενο του τουρισμού. Στην συνέχεια οι κατασκηνώσεις (κάμπινγκ) έγιναν δημοφιλής αποτελώντας την εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία είναι ψηλά στις προτιμήσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού στις μέρες μας. Επιπρόσθετα την δεκαετία του 1990 οι ταξιδιώτες πραγματοποίησαν τις πρώτες τους πληρωμένες διακοπές.

Πλέον οι άνθρωποι εκτός απ' τις βασικές τους ανάγκες έχουν και επιπλέον ανάγκες όπως η ξεκούραση, η αναψυχή, η παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος, τις οποίες καλύπτουν μέσω των ταξιδιών. Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι το μέγεθος του τουρισμού είναι πολύ σημαντικό διότι εκτός απ' τις ποικίλες ανάγκες των ανθρώπων που καλύπτει στις μέρες μας, αποτελεί και μέσο απόκτησης εσόδων για τους ιδιοκτήτες καταλυμάτων, προσφέρει συνεχώς καινούργιες θέσεις εργασίας με συνέπεια την καταπολέμηση της ανεργίας και δημιουργεί εισόδημα στις χώρες υποδοχής των τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

1.1 Η σημασία της τουριστικής οικονομίας

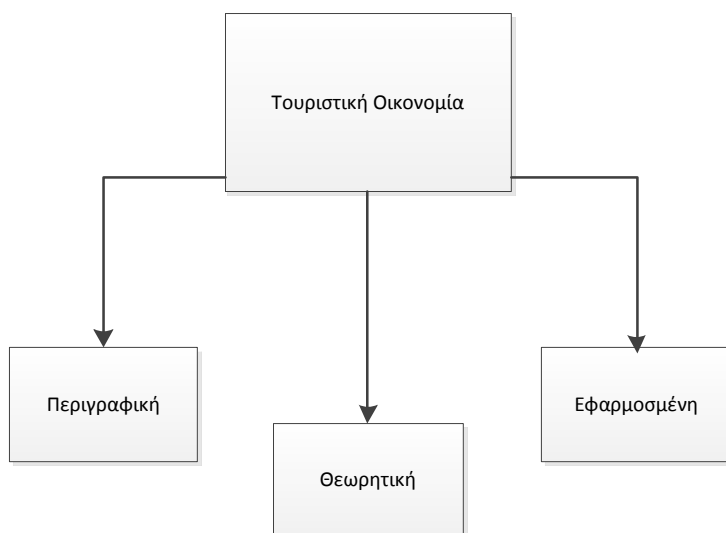
Ο τουρισμός, ο οποίος αναπτύχθηκε με γοργούς ρυθμούς από την αρχαιότητα, σήμερα, αποτελεί μία βιομηχανοποιημένη δραστηριότητα που προσφέρει θέσεις εργασίας και εισοδήματος διεθνούς εμπορίου, με την απόκτηση συναλλάγματος.

Οι άνθρωποι πλέον δεν ζητούν μόνο τις βασικές ανάγκες όπως διατροφή, ένδυση. Ζητούν και ανάγκες να ξεφύγουν απ' την καθημερινή ρουτίνα, να οργανώσουν κάποιο ταξίδι που θα τους προσφέρει ηρεμία, χαλάρωση, αναψυχή. Για να ικανοποιηθούν αυτές οι ανάγκες, απαιτείται η χρήση των κατάλληλων συντελεστών παραγωγής, όπως η εργασία, το έδαφος, οι χρηματικοί πόροι, η τεχνολογία και η τεχνογνωσία, σε κατάλληλες ποσότητες και με την κατάλληλη ποιότητα, έτσι ώστε να είναι σε θέση να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών ανά πάσα στιγμή. Η τουριστική οικονομία, είναι ένας κλάδος της οικονομικής επιστήμης, ο οποίος διερευνά, εξετάζει και μελετά την διάρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας, την κατανάλωση στον τουρισμό, τα προβλήματα που εμφανίζονται, τις επιπτώσεις σ' αυτόν καθώς και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που εμφανίζονται με σκοπό την εξυπηρέτηση των τουριστικών αναγκών.

1.2 Το αντικείμενο και οι διακρίσεις της τουριστικής οικονομίας

Το αντικείμενο της τουριστικής οικονομίας συνδέεται με τα περιορισμένα τουριστικά προϊόντα και τους περιορισμένους συντελεστές παραγωγής.

Η τουριστική οικονομία διακρίνεται στην περιγραφική τουριστική οικονομία, στην θεωρητική και στην εφαρμοσμένη τουριστική οικονομία ή πολιτική.



Πηγή τουριστική οικονομία 1^ος κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 37

1.3 Ορισμός και κατηγορίες τουρισμού

Ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το γεγονός εκείνο το οποίο συμβαίνει όταν ένα άτομο αλλάζει φυσικό περιβάλλον και ρυθμό ζωής.

Ο τουρισμός μπορεί να έχει τις εξής μορφές:

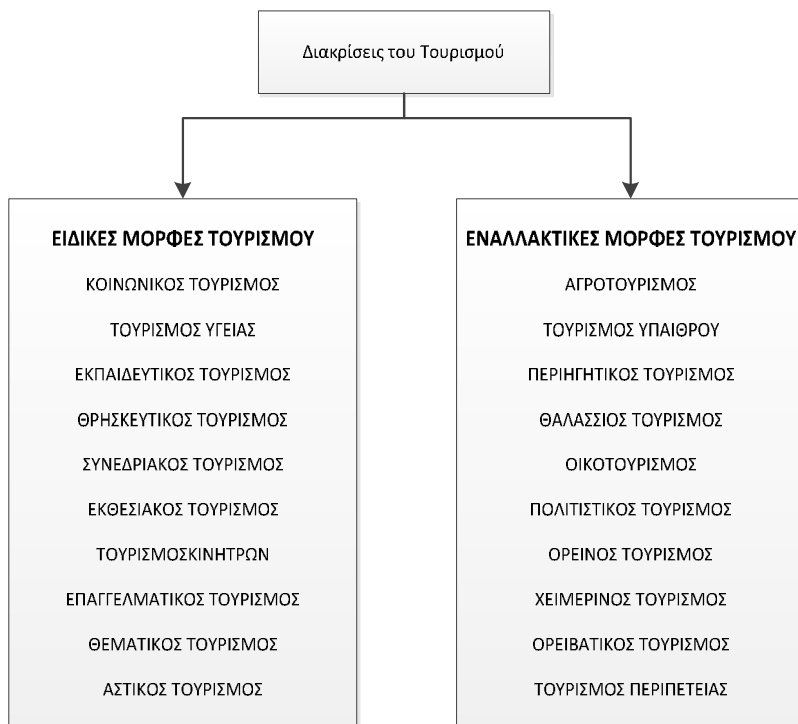
1. Εγχώριος που αφορά του κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν μόνο μέσα στη χώρα.
2. Εξερχόμενος τουρισμός που αφορά μόνιμους κατοίκους μιας χώρας που ταξιδεύουν σ' άλλη χώρα.
3. Εισερχόμενος τουρισμός που αφορά τους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν στην δεδομένη χώρα.

Ο εισερχόμενος και ο εξερχόμενος τουρισμός ονομάζονται και διεθνής τουρισμός.

1.4 Διακρίσεις και μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός πέραν από τον κλασικό τουρισμό, τον παραδοσιακό που οι τουρίστες αναζητούν στο ταξίδι τους ηρεμία, χαλάρωση είτε ξεκούραση και διασκέδαση, διακρίνεται στον εναλλακτικό τουρισμό και στον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων. Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων συγκροτείται από ομάδες τουριστών, οι οποίοι έχουν ειδικά ενδιαφέροντα και οι οποίοι δίνουν προτεραιότητα στην ποιότητα έναντι της ποσότητας. Σε σημαντικό βαθμό αυτό το είδος του τουρισμού συνδέεται με την αειφόρο ανάπτυξη. Συνάμα ο εναλλακτικός τουρισμός απευθύνεται σε άτομα, τα οποία έχουν εναλλακτικά ενδιαφέροντα και τα οποία αναζητούν έναν τρόπο τουρισμού που διαφέρει απ' τον συνηθισμένο (πχ προστασία τοπικής κουλτούρας).

Παρακάτω γίνεται ένας σύντομος διαχωρισμός των μορφών του τουρισμού σε ειδικό και εναλλακτικό τουρισμό:



Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος 'B τάξη ΕΠΑΛ σελ 72-73

1.5 Οι παράγοντες περιορισμού και τα βασικά προβλήματα στον τουρισμό

Το θεμελιώδες οικονομικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός είναι οι απεριόριστες τουριστικές ανάγκες, η ιεράρχισή τους και η στενότητα των τουριστικών πόρων που συμβάλουν στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

Γενικότερα, τα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η τουριστική οικονομία είναι τα εξής:

1. το πρόβλημα της ικανοποιητικής κατανομής και χρησιμοποίησης των περιορισμένων πόρων.
2. την διατήρηση της σταθερότητας στην τουριστική οικονομία.
3. τον όγκο και την τουριστική ανάπτυξη.

Τα παραπάνω προβλήματα μπορούν να αντιμετωπιστούν με την διαχείριση των τιμών καθώς και με την κρατική παρέμβαση.

Η αντιμετώπισή τους όμως είναι δύσκολη διότι έρχονται σε σύγκρουση με διάφορους τουριστικούς παράγοντες όπως:

1. τα καταναλωτικά πρότυπα των αλλοδαπών τουριστών (ιδιαιτερότητες τουριστικής ζήτησης).
2. την περιορισμένη ποσότητα πόρων που διαθέτει η κάθε χώρα.
3. τον περιορισμένο ελεύθερο χρόνο των τουριστών, εξαιτίας των θεσμικών παραγόντων της κάθε χώρας.

1.6 Τουριστικά κίνητρα

Όταν σ' ένα άτομο δημιουργείται μία ανάγκη, τότε ενεργοποιείται σ' αυτόν μια επιθυμία που ονομάζεται κίνητρο. Το κίνητρο είναι μια κατάσταση που υποκινεί το άτομο και το κάνει να διαμορφώσει τη συμπεριφορά του έτσι ώστε να φτάσει στο επιθυμητό σημείο, ικανοποιώντας τις ανάγκες ή τις επιθυμίες του. Παράλληλα το τουριστικό κίνητρο μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν και υποκινούν τον τουρίστα έτσι ώστε να διαμορφώσει την κατάλληλη συμπεριφορά και με τις κατάλληλες ενέργειες, να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες. Τα τουριστικά κίνητρα είναι διάφορων ειδών και παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ
Φυσικά κίνητρα (πχ σωματική αναγέννηση)
Ψυχολογικά κίνητρα (πχ φυγή από την καθημερινή ρουτίνα)
Προσωπικά κίνητρα (πχ προσωπικές αξίες)
Διαπροσωπικά κίνητρα (πχ επισκέψεις συγγενών, φίλων)
Πνευματικά κίνητρα (πχ γνωριμία με διάφορους πολιτισμούς)
Επαγγελματικά (πχ επαγγελματικά ταξίδια)
Πολιτιστικά (πχ ήθη και έθιμα, καθώς και παραδόσεις διάφορων χωρών)

Κοινωνικά (πχ για γάμο, βάπτιση)
Θρησκευτικά (πχ επίσκεψη ιερών τόπων)
Ψυχαγωγικά (πχ παρακολούθηση αθλητικής εκδήλωσης)
Εκπαιδευτικά (πχ επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους)
Περιβαλλοντικά (πχ θαυμασμός οικοσυστήματος)
Κλιματολογικά, φυσιολογικά (πχ ταξίδι σε περιοχές που έχουν φυσικά πάρκα)

Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 47

1.7 Ταξιδιωτικός πράκτορας και οργανωτές ταξιδιών

Ο ταξιδιωτικός πράκτορας είναι ένας έμπειρος επαγγελματίας, ο οποίος προσφέρει στον πελάτη- τουρίστα, ένα εύρος επιλογών στα μέτρα του. Μπορεί ο πράκτορας να προσφέρει από μια απλή συμβουλή μέχρι και ένα πολύπλοκο ταξίδι με πολλά και διαφορετικά μέσα μετακίνησης. Δεν πουλά δικό του προϊόν, αλλά λειτουργεί ως λιανέμπορος των παραγωγών. Επίσης ο ταξιδιωτικός πράκτορας μπορεί να ενεργεί και στο εσωτερικό αλλά και στο εξωτερικό. Πάντως σκοπός του είναι η άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη-τουρίστα.

Οι οργανωτές ταξιδιών είναι διεθνής οικονομικές μονάδες που διοργανώνουν ταξίδια και οι οποίοι συγκεντρώνουν πλήθος τουριστικών αγαθών και αφού τα μετατρέψουν κατάλληλα, τα διαθέτουν προς πώληση σε σχετικά χαμηλές τιμές και με την μορφή ενός συνολικού τουριστικού προϊόντος. Η διαφορά τους απ' τους ταξιδιωτικούς πράκτορες είναι ότι οι οργανωτές ταξιδιών λειτουργούν ως χονδρέμποροι στην διανομή του τουριστικού πακέτου, ενώ οι ταξιδιωτικοί πράκτορες ως λιανέμποροι.

1.8 Τουριστικές επενδύσεις

Οι τουριστικές επενδύσεις συμβάλουν σε σημαντικό βαθμό στην προώθηση μιας οικονομίας. Η σημασία τους είναι μεγάλη, τόσο για την τουριστική όσο και για την συνολική οικονομία, διότι με την παραγωγή τουριστικών κεφαλαιουχικών αγαθών αυξάνεται η παραγωγική ικανότητα και προσδιορίζεται το επίπεδο της τουριστικής οικονομίας κάθε χώρας.

Όπως αναφέρθηκε στοχεύουν στην παραγωγή κεφαλαιουχικών αγαθών όπως τα τουριστικά καταλύματα κα. Οι ξενοδοχειακές μονάδες για παράδειγμα για να παράγουν κεφαλαιουχικά αγαθά, πρέπει να δημιουργήσουν επενδύσεις, τοποθετώντας κεφάλαιο, με σκοπό την παραγωγή και τροποποίηση των τουριστικών πακέτων, με συγκεκριμένο τρόπο έτσι ώστε στο μέλλον να τους αποφέρουν εισόδημα.

Συγκεκριμένα το κεφάλαιο είναι καθοριστικός συντελεστής, διότι καθορίζει τα μεγέθη της τουριστικής οικονομίας καθώς και το μέγεθος της συνολικής τουριστικής ζήτησης.

Οι τουριστικές επενδύσεις διακρίνονται σε:

Εγγώριο πάγιο κεφάλαιο ή κεφαλαιουχικά αγαθά, δηλαδή επενδυτικά αγαθά που παρήχθησαν σε ορισμένο χρόνο (πχ ξενοδοχεία)
Επενδύσεις από το εξωτερικό, στο εσωτερικό μιας χώρας
Σε αποθέματα όπως πρώτες ύλες, ημικατεργασμένα ή τελικά προϊόντα που διαθέτουν επιχειρήσεις του δημοσίου ή του ιδιωτικού τομέα.
Επενδύσεις του δημοσίου τομέα (πχ ξενοδοχεία του δημοσίου)

Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 57

Οι παραπάνω επενδύσεις μπορούν να επηρεαστούν από διάφορους παράγοντες όπως το θεσμικό πλαίσιο, οι πολιτικές συνθήκες, το ψυχολογικό κλίμα καθώς και τα επενδυτικά κίνητρα που διαμορφώνονται.

Τέλος τουριστικές επενδύσεις μπορούμε να δημιουργήσουμε συμμετέχοντας σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ (θα γίνει αναφορά σε επόμενη ενότητα), το οποίο συγχρηματοδοτεί επιχειρήσεις για ίδιους ή παρόμοιους σκοπούς.

1.9 Τουριστική βιομηχανία και αγορά

Η τουριστική βιομηχανία, αποτελείται από ξενοδοχειακές μονάδες, προμηθευτές τουριστικών προϊόντων, εταιρίες και οργανισμούς παροχής τουριστικών υπηρεσιών, που έχουν ως σκοπό την βελτίωση και την προώθηση των τουριστικών προϊόντων.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η δομή της τουριστικής βιομηχανίας με τις επιμέρους παραγωγικές μονάδες που την αποτελούν:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
Καταλυματικές μονάδες (πχ ξενοδοχεία)
Επισιτιστικές (πχ εστιατόρια)
Επιχειρήσεις μεταφοράς (πχ εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων)
Τουριστικά/Ταξιδιωτικά γραφεία (πχ εξασφάλιση ενοικιαζόμενου αυτοκινήτου, έκδοση εισιτηρίων, οργανωτές ταξιδιών)
Μονάδες αναψυχής ή φυσικά θέλγητρα (πχ χιονοδρομικά κέντρα)
Ενδιάμεσες επιχειρήσεις τουρισμού (πχ κατάστημα με souvenirs)
Υπηρεσίες υποστήριξης του δημοσίου τομέα
Υπηρεσίες υποστήριξης του ιδιωτικού τομέα

Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 52-53

Η τουριστική αγορά είναι ο χώρος στον οποίο συναντιούνται η τουριστική προσφορά (παραγωγοί. Προμηθευτές) και η τουριστική ζήτηση (καταναλωτές, τουρίστες), με σκοπό τον προσδιορισμό της τιμής πώλησης των τουριστικών προϊόντων.

Στην τουριστική αγορά, ανήκουν οι πωλητές (παραγωγοί, προμηθευτές), που προσφέρουν τα τουριστικά τους προϊόντα σε συγκεκριμένες τιμές, και οι αγοραστές (καταναλωτές), οι

οποίοι είναι διατεθειμένοι να αγοράσουν συγκεκριμένες ποσότητες τουριστικού προϊόντος και σε συγκεκριμένες τιμές.

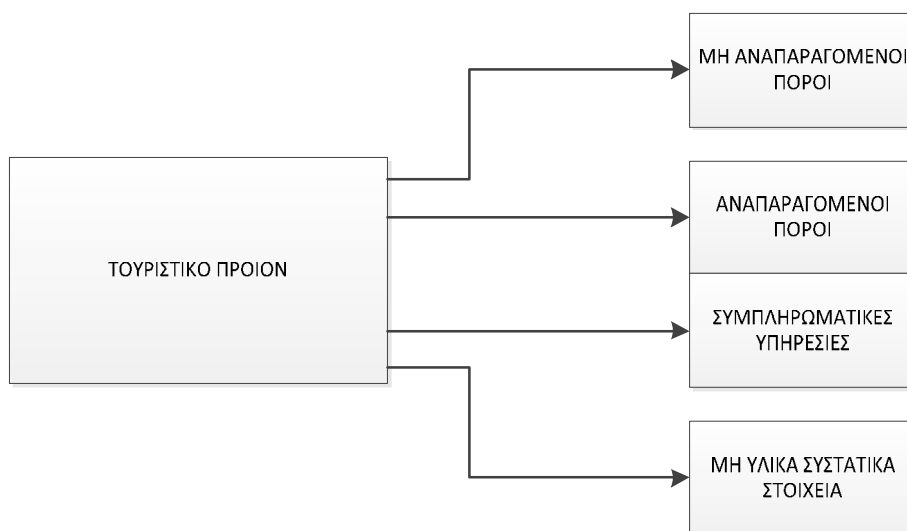
Στο σημείο που η προσφερόμενη τουριστική ποσότητα είναι ίση με την ζητούμενη τουριστική ποσότητα δημιουργείται το φαινόμενο της ισορροπίας στην τουριστική αγορά. Δηλαδή έχουμε ισορροπία όταν για παράδειγμα δεν υπάρχει πλεόνασμα πχ αδιάθετες κλίνες σε μια περιοχή, ούτε έλλειμμα πχ ζήτηση δωματίων που δεν μπορούν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες του τουρίστα πελάτη.

Η τουριστική ζήτηση προϋποθέτει ανάγκες ανθρώπων οι οποίοι έχουν οικονομική δύναμη και καταναλωτική συμπεριφορά.

1.10 Τουριστικό προϊόν

Το τουριστικό προϊόν μπορεί να περιλαμβάνει υλικά αγαθά όπως φαγητό, ποτό, άυλες υπηρεσίες όπως διαμονή σε ξενοδοχείο και μεταφορά τουριστών. Μπορεί επίσης να περιλαμβάνει και φυσικά στοιχεία όπως ο ήλιος, η θάλασσα.

Γενικότερα το τουριστικό προϊόν αποτελείται από μη αναπαραγόμενους πόρους, δηλαδή από φυσικά ή τεχνητά δημιουργήματα τα οποία δεν μπορούν να ανανεωθούν ή να αναπαραχθούν, από αναπαραγόμενους πόρους, δηλαδή από στοιχεία που μπορούν να ανανεωθούν. Τέλος το τουριστικό προϊόν αποτελείται και από συμπληρωματικές υπηρεσίες προς τους αναπαραγόμενους και μη πόρους, όπως υπηρεσίες διατροφής καθώς και από μη υλικά συστατικά στοιχεία, όπως προσδοκίες και ικανοποίηση των τουριστών.



Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 49

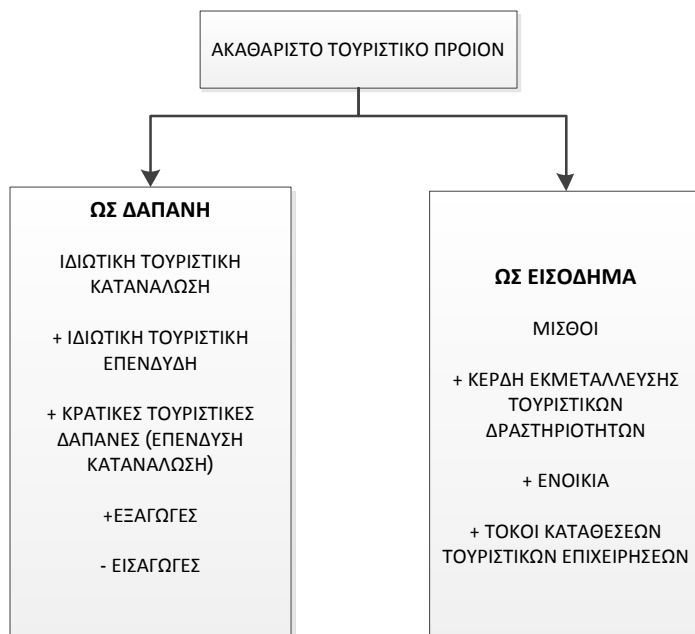
1.11 Ακαθάριστο τουριστικό προϊόν

Το επίπεδο καθώς και η οικονομική δραστηριότητα μιας τουριστικής οικονομίας προσδιορίζεται από τον βαθμό παραγωγής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Η τουριστική παραγωγή εκφράζεται με το τουριστικό προϊόν, το οποίο διακρίνεται σε καθαρό και ακαθάριστο τουριστικό προϊόν.

Το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει το άθροισμα της αξίας των τελικών τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγει μια οικονομική υπηρεσία, σε ορισμένη χρονική περίοδο και το οποίο καταναλώνεται απ' τους τουρίστες για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Αν από το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν αφαιρέσουμε τις τουριστικές αποσβέσεις, τότε προκύπτει το καθαρό τουριστικό προϊόν. Επιπλέον στο τουριστικό καθαρό προϊόν μπορούμε να προσθέσουμε τις όποιες κρατικές επιδοτήσεις έχουμε χρησιμοποιήσει, αφαιρώντας απ' αυτό τους έμμεσους φόρους. Το αποτέλεσμα που προκύπτει μας δείχνει το επίπεδο του τουριστικού εισοδήματος.

Ειδικότερα για το ακαθάριστο τουριστικό προϊόν:

ΚΑΘΑΡΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ = ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ = ΚΑΘΑΡΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ – ΕΜΜΕΣΟΙ ΦΟΡΟΙ + ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ
ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΩΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑ = ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΩΣ ΔΑΠΑΝΗ



Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος 'B τάξη ΕΠΑΛ σελ 58-59

1.12 Τουριστικές εισαγωγές-εξαγωγές

Σε κάθε τουριστική οικονομία είναι αντιληπτό ότι συνυπάρχουν και οι τουριστικές εισαγωγές και οι τουριστικές εξαγωγές. Για παράδειγμα αν ένας Βρετανός τουρίστας καταναλώσει κάποια τουριστικά αγαθά στην Ελλάδα, τότε δημιουργούν στην βρετανική παραγωγή μια εισαγωγή, δηλαδή σαν να καταναλώνουν ελληνικά προϊόντα στην χώρα τους. Έτσι όταν κάποιος Έλληνας τουρίστας καταναλώσει κάποιο τουριστικό αγαθό πχ στην Μεγάλη Βρετανία, τότε αποτελεί εισαγωγή για την οικονομία της Ελλάδας. Όμως αν οι δαπάνες των αλλοδαπών, προορίζονται για την εξαγωγή των τουριστικών προϊόντων στο εξωτερικό, τότε σαφώς αποτελούν τουριστικές εξαγωγές για την ελληνική οικονομία.

1.13 Τουριστική κατανάλωση

Τουριστική κατανάλωση σημαίνει κατανάλωση των αναλώσιμων αγαθών που προέρχονται απ' την τουριστική παραγωγή καθώς και την απόλαυση που αποκομίζουν οι τουρίστες απ' την χρησιμοποίηση και την κατανάλωση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Ειδικότερα ορίζεται ως η δαπάνη του διαθέσιμου χρηματικού εισοδήματος από πλευράς τουρίστα, για την απόκτηση και την χρησιμοποίηση συγκεκριμένων ποσοτήτων και στην συγκεκριμένη ποιότητα τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό την εξυπηρέτηση των αναγκών τους σε δοσμένο χρόνο και τόπο προορισμού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η τουριστική κατανάλωση περιλαμβάνει δαπάνες οι οποίες προέρχονται από τουρίστες καθώς και μεμονωμένα από ατομικούς ή συλλογικούς οργανισμούς του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα.

Η τουριστική κατανάλωση διακρίνεται σε τρεις επιμέρους κατηγορίες:

1. Σε εγχώρια κατανάλωση, η οποία περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται από ημεδαπούς τουρίστες με στόχο την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών, σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο προορισμού.
2. Σε αλλοδαπή κατανάλωση, η οποία περιλαμβάνει τις δαπάνες των ξένων σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο προορισμού της χώρας υποδοχής για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών.
3. Σε τουριστική κατανάλωση του εξωτερικού, που περιλαμβάνει τις δαπάνες των μόνιμων κατοίκων μιας χώρας που πραγματοποιούνται για την διαχείριση-απόλαυση των τουριστικών υπηρεσιών στο εξωτερικό.

Η τουριστική αλλοδαπή κατανάλωση αποτελεί σημαντική εισροή για την ελληνική οικονομία. Αντίθετα η τουριστική κατανάλωση του εξωτερικού αποτελεί εκροή για την ελληνική οικονομία καθώς το χρηματικό διαθέσιμο εισόδημα των κατοίκων της χώρας «διαφεύγει» στο εξωτερικό.

1.14 Τουριστική ζήτηση

Όταν λέμε τουριστική ζήτηση εννοούμε τις ποσότητες των τουριστικών προϊόντων που ένα σύνολο τουριστών μπορούν και θέλουν να αγοράσουν σε μία ορισμένη χρονική στιγμή και σε συγκεκριμένη τιμή επιδιώκοντας την μέγιστη ωφέλεια απ' την χρήση τους. Είναι κατανοητό ότι μιλάμε για τις ποσότητες και τις ποιότητες εκείνες των τουριστικών

προϊόντων που μπορούν να αποκτήσουν ή να χρησιμοποιήσουν οι τουρίστες με κύριο περιορισμό το εισόδημά τους.

Στην περίπτωση που η τιμή του τουριστικού προϊόντος μεταβληθεί, ή στην περίπτωση που μεταβληθεί το εισόδημα των τουριστών, οι τουρίστες θα αλλάξουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες- ανάγκες και θα στραφούν στην χρήση υποκατάστατων τουριστικών αγαθών ή στη χρήση μέρους αυτών έτσι ώστε να εκπληρωθούν οι τουριστικές τους ανάγκες.

1.14.1 Νόμος τουριστικής ζήτησης

Ο νόμος της τουριστικής ζήτησης εκφράζει την αντίστροφη σχέση μεταξύ τιμής και της ζητούμενης ποσότητας ενός τουριστικού προϊόντος. Όταν αυξάνεται δηλαδή η τιμή του τουριστικού προϊόντος, τότε η ζητούμενη ποσότητα αυτού μειώνεται (και αντιστρόφως), με την προϋπόθεση ότι όλοι οι προσδιοριστικοί παράγοντες παραμένουν σταθεροί.

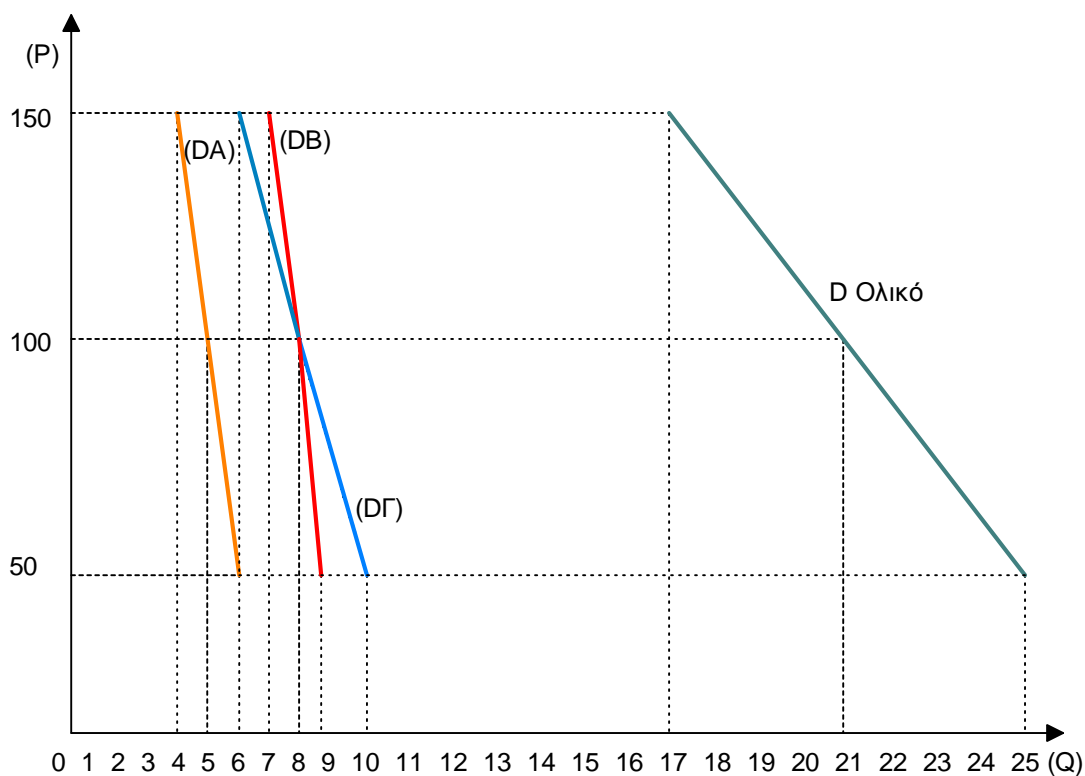
Επιπλέον η ζητούμενη ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος είναι δυνατόν να επηρεαστεί και από άλλους εξωγενείς παράγοντες όπως το εισόδημα των τουριστών, οι καταναλωτικές του συνήθειες και οι προτιμήσεις τους καθώς και οι τιμές όλων των άλλων τουριστικών προϊόντων.

Πρακτικό παράδειγμα καμπύλης τουριστικής ζήτησης

Δίνονται τα παρακάτω δεδομένα στον πίνακα, τα οποία αφορούν τις τιμές και τις ζητούμενες ποσότητες για τρεις τουρίστες (A, B, Γ), σε μια οικονομία.

Τιμή P	Τουρίστας A ζητούμενη ποσότητα Q(A)	Τουρίστας B ζητούμενη ποσότητα Q(B)	Τουρίστας Γ ζητούμενη ποσότητα Q(Γ)	Αγοραία καμπύλη ζήτησης Q(A)+Q(B)+Q(Γ)
50	6	9	10	25
100	5	8	8	21
150	4	7	6	17

Με τα δεδομένα του παραπάνω πίνακα να κατασκευαστούν στο ίδιο διάγραμμα οι ατομικές καμπύλες της τουριστικής ζήτησης καθώς και η αγοραία καμπύλη τουριστικής ζήτησης.



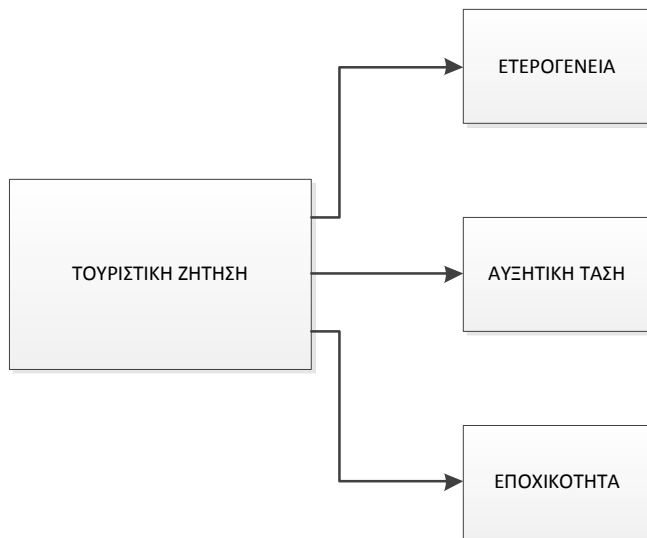
Από το παραπάνω διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι η ζητούμενη ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος επηρεάζεται αρνητικά απ' την τιμή του.

Σε μια τουριστική οικονομία, όταν η ζήτηση τουριστικών προϊόντων γίνεται μεμονωμένα, από έναν τουρίστα, ο οποίος μπορεί και θέλει να αγοράσει το τουριστικό προϊόν στην τιμή που του προσφέρεται και σε ορισμένη χρονική περίοδο, τότε μιλάμε για την ατομική καμπύλη τουριστικής ζήτησης. Απ' την άλλη, όταν η ζήτηση των τουριστικών προϊόντων προέρχεται μαζικά από έναν αριθμό τουριστών οι οποίοι διατίθενται να αγοράσουν τα τουριστικά προϊόντα σε όποια τιμή τους προσφέρονται και σε ορισμένη χρονική περίοδο, τότε κάνουμε λόγο για την αγοραία καμπύλη τουριστικής ζήτησης.

1.14.2 Χαρακτηριστικά τουριστικής ζήτησης

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζονται οι τάσεις εκείνες, οι οποίες χαρακτηρίζουν την τουριστική ζήτηση σε μια οικονομία.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ



Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 92-93

1.14.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση

Οικονομικοί (πχ οι τιμές των τουριστικών προϊόντων)
Κοινωνικοί (πχ ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος)
Ψυχολογικοί (πχ ανάγκη για ξεκούραση)
Κοινωνιολογικοί (πχ κοινωνικές πιέσεις του σύγχρονου τρόπου ζωής)
Πολιτικοί (πχ πολιτικές αλλαγές)
Εξωτερικοί (πχ εγκληματικότητα)
Πολιτιστικοί (πχ καλλιτεχνικές εκδηλώσεις)
Θεσμικοί (πχ οι διεθνείς σχέσεις της χώρας)
Δημογραφικοί (πχ το μέγεθος της οικογένειας)
Τεχνολογικοί (πχ ανάπτυξη τεχνολογίας)

Πηγή τουριστική οικονομία 1^{ος} κύκλος Β τάξη ΕΠΑΛ σελ 94

1.14.4 Ελαστικότητα τουριστικής ζήτησης

Η ελαστικότητα σε μια οικονομία μετρά την ποσοστιαία μεταβολή μιας εξαρτημένης μεταβλητής, η οποία οφείλεται σε μια δεδομένη ανεξάρτητη μεταβλητή η οποία παρομοίως μεταβάλλεται.

1.14.4.1 Ως προς την τιμή

Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς την τιμή, εκφράζει το βαθμό που επηρεάζεται η ζητούμενη ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος σε μια μεταβολή της τιμής του. Μάλιστα όσες μονάδες αυξάνεται η τιμή του προϊόντος άλλες τόσες η ζητούμενη ποσότητά του μειώνεται.

Γενικά η τουριστική ζήτηση θεωρείται ελαστική όταν σε κάθε ποσοστιαία μεταβολή της τιμής, η ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας είναι μεγαλύτερη. Αντίθετα ανελαστική είναι

η τουριστική ζήτηση όταν σε κάθε ποσοστιαία μεταβολή της τιμής, η ποσοστιαία μεταβολή της ποσότητας είναι μικρότερη.

1.14.4.2 Ως προς το εισόδημα

Η ελαστικότητα της τουριστικής ζήτησης ως προς το εισόδημα μας δείχνει τον βαθμό με τον οποίο επηρεάζεται το εισόδημα των τουριστών στην ζήτηση ενός συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος με την προϋπόθεση ότι οι τιμές παραμένουν σταθερές. Αποτελεί σημαντική πληροφορία για τις τουριστικές επιχειρήσεις γιατί με τον τρόπο αυτό μπορούν να εκτιμήσουν τα κέρδη τους.

1.14.5 Τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα ανά περιφέρεια και χρήσιμα συμπεράσματα

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η τουριστική ζήτηση περιλαμβάνει τις ποσότητες και στις συγκεκριμένες ποιότητες, που θέλουν να αναλώσουν οι τουρίστες στις τιμές που τους προσφέρονται και σε δεδομένη χρονική περίοδο. Η ζήτηση αυτή επηρεάζεται από διάφορους καθοριστικούς παράγοντες. Συγκεκριμένα όπως για τις ξενοδοχειακές μονάδες ο πλέον αντιπροσωπευτικός παράγοντας που διαμορφώνει τη ζήτησή τους είναι το μέγεθος της τουριστικής κίνησης και που περιλαμβάνει αλλοδαπούς τουρίστες, οι οποίοι επισκέπτονται την χώρα μας για αναψυχή, ξεκούραση και διασκέδαση, κυρίως τους θερινούς μήνες.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι πίνακες, οι οποίοι είναι αντιπροσωπευτικοί για την χώρα μας και προβάλλουν τον εισερχόμενο τουρισμό στη χώρα μας ανά περιφέρεια καθώς και το ύψος των δαπανών των αλλοδαπών ανά περιφέρεια και με βάση τη χώρα προέλευσής τους.

Συγκεντρωτικά Περιφερειακά Στατιστικά Εισερχόμενου Τουρισμού Αύγουστος 2013						
Περιφέρεια	Επισκέπτες	Διανυκτερεύσεις	Δαπάνες (ευρώ)	Δαπάνες ανά διανυκτέρευση	Δαπάνες ανά επισκέπτη	Διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	253.528	1.626.075	100.346.951	61,7	395,8	6,4
Κεντρική Μακεδονία	1.021.903	5.764.661	290.386.580	50,4	284,2	5,6
Δυτική Μακεδονία	34.620	245.902	13.914.664	56,6	401,9	7,1
Ήπειρος	80.384	456.912	33.541.371	73,4	417,3	5,7
Θεσσαλία	102.691	571.175	32.970.589	57,7	321,1	5,6
Ιόνια Νησιά	512.752	4.400.033	315.382.362	71,7	615,1	8,6
Δυτική Ελλάδα	69.163	35.889	23.647.753	65,9	341,9	5,2
Στερεά Ελλάδα	48.377	215.306	16.674.060	77,4	344,7	4,5
Πελοπόννησος	110.994	74.203	43.532.389	58,7	392,2	6,7

Αττική	401.528	1.687.480	145.483.883	86,2	362,3	4,2
Νησιά Βορ. Αιγαίου	20.956	198.426	16.197.550	81,6	772,9	9,5
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	1.007.797	8.422.062	811.644.056	96,4	805,4	8,4
Κρήτη	787.819	6.841.050	615.406.861	90	781,2	8,7
Σύνολο	4.452.512	30.539.174	615406861	927,7	6236	86,2

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Συγκεντρωτικά Περιφερειακά Στατιστικά Εισερχόμενου Τουρισμού (κατάταξη των περιφερειών σε φθίνουσα σειρά) Αύγουστος 2013

Περιφέρεια	Επισκέπτες	Διανυκτερεύσεις	Δαπάνες (ευρώ)	Δαπάνες ανά διανυκτέρευση	Δαπάνες ανά επισκέπτη	Διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	6	6	6	9	7	7
Κεντρική Μακεδονία	1	3	4	13	13	9
Δυτική Μακεδονία	12	11	13	12	6	5
Ήπειρος	9	9	8	6	5	8
Θεσσαλία	8	8	9	11	12	9
Ιόνια Νησιά	4	4	3	7	4	3
Δυτική Ελλάδα	10	10	10	8	11	11
Στερεά Ελλάδα	11	12	11	5	10	12
Πελοπόννησος	7	7	7	10	8	6
Αττική	5	5	5	3	9	13
Νησιά Βορ. Αιγαίου	13	13	12	4	3	1
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	2	1	1	1	1	4
Κρήτη	3	2	2	2	2	2

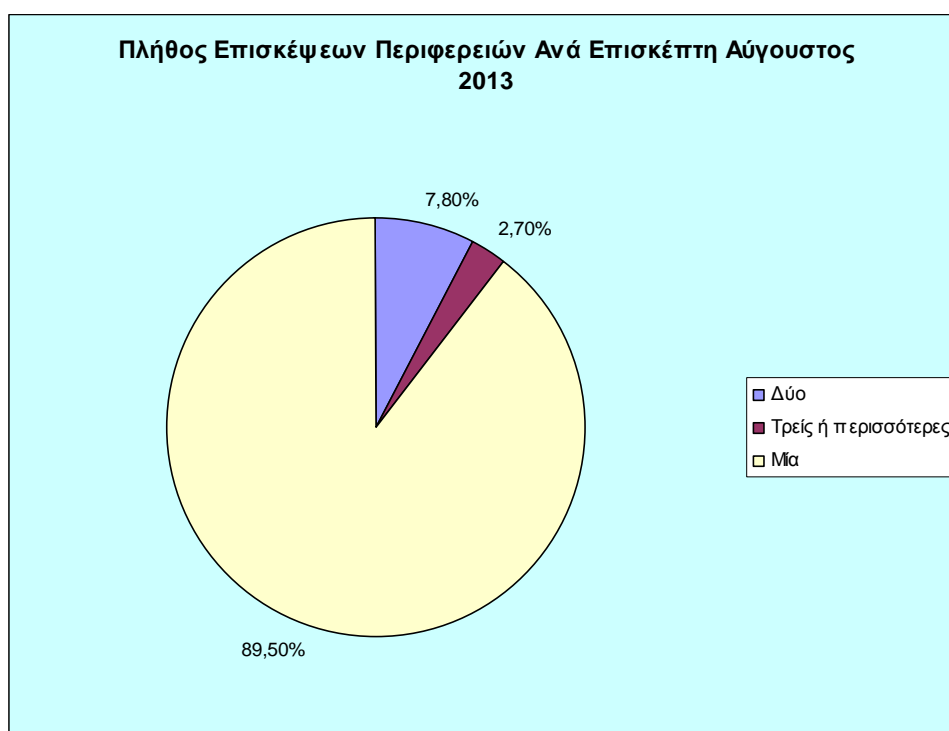
Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Διαπιστώνουμε ότι πρώτη περιφέρεια σε κατάταξη (βάση τον εισερχόμενο τουρισμό) σε επισκέψεις είναι η κεντρική Μακεδονία, με 1.021.903 επισκέπτες. Στις διανυκτερεύσεις πρώτη περιφέρεια στην κατάταξη είναι εκείνη των νησιών του Νοτίου Αιγαίου με συνολικές διανυκτερεύσεις 8.422.062. Σε δαπάνες (ευρώ) που καταναλώθηκαν, η περιφέρεια στην οποία καταναλώθηκαν οι περισσότερες δαπάνες είναι των νησιών του Νοτίου Αιγαίου με συνολικές δαπάνες 811.644.056 ευρώ. Ακολουθούν οι συνολικές δαπάνες ανά διανυκτέρευση, ανά επισκέπτη που και σ' αυτές στην πρώτη κατάταξη ανήκουν τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου με 96,4 ευρώ και 805,4 ευρώ αντίστοιχα. Τέλος οι περισσότερες διανυκτερεύσεις ανά επίσκεψη, ανήκουν στα νησιά του Βορείου Αιγαίου που έρχονται πρώτα στην συγκεκριμένη κατάταξη με μέσο όρο 95 διανυκτερεύσεις ανά

επίσκεψη. Ακολουθούν κατά τον ίδιο τρόπο στην κατάταξη και οι υπόλοιπες περιφέρειες της Ελλάδας.

Τα στατιστικά συμπεράσματα που αναλύθηκαν παραπάνω αφορούν τον εισερχόμενο τουρισμό για τον μήνα Αύγουστο του έτους 2013.

Απ' το παρακάτω διάγραμμα διαπιστώνουμε ότι το 89,5% του εισερχόμενου τουρισμού αφορά τις επισκέψεις σε μια μόνο περιφέρεια, το 7,8% σε δύο περιφέρειες, ενώ μόλις το 2,7% του εισερχόμενου τουρισμού αφορά του τουρίστες (αλλοδαπούς) που επισκέπτονται τρεις ή περισσότερες περιφέρειες κατά την άφιξή τους στην Ελλάδα.



Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Παρόμοια οι παρακάτω πίνακες αφορούν τις δαπάνες σε εκατομμύρια ευρώ, ανά περιφέρεια και χώρα προέλευσης για τον Αύγουστο του 2013. Πρώτη περιφέρεια σε κατάταξη στο σύνολο δαπανών είναι των νησιών του Νοτίου Αιγαίου. Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία καθώς και οι λοιπές χώρες εκτός Ευρώπης, ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου, το οποίο είναι πρώτο στην κατάταξη δαπανών από μεριάς τουριστών. Ακολουθεί η Κρήτη, που τουρίστες από χώρες όπως η Γαλλία και από λοιπές χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης προτιμούν να καταναλώσουν το διαθέσιμο εισόδημά τους εκεί. Έπειτα κατά τον τρόπο αυτό ακολουθούν οι υπόλοιπες περιφέρειες της Ελλάδας σε φθίνουσα σειρά, με

Δαπάνες (σε εκατομμύρια ευρώ) ανά περιφέρεια και χώρα προέλευσης(κατάταξη των περιφερειών σε φθίνουσα σειρά για κάθε χώρα προέλευσης) Αύγουστος 2013
τελευταία στην κατάταξη την Δυτική Μακεδονία.

Περιφέρεια	Χώρες ΕΕ	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ιταλία	Χώρες Ευρώπης Εκτός ΕΕ	Ρωσία	Λοιπές χώρες εκτός Ευρώπης
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	6	6	5	7	7	4	6	5
Κεντρική Μακεδονία	4	8	3	5	4	1	3	6
Δυτική Μακεδονία	12							
Ήπειρος	8	10	9		5			
Θεσσαλία	9	11	7		8	7		8
Ιόνια Νησιά	3	3	4	2	2	5	4	7
Δυτική Ελλάδα	10	7		8	9	9		9
Στερεά Ελλάδα	11	9			11			
Πελοπόννησος	7	5	8	6	10	8	7	4
Αττική	5	4	6	4	6	6	5	2
Νησιά Βορ. Αιγαίου								
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	1	1	2	1	1	3	2	1
Κρήτη	2	2	1	3	3	2	1	3

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Δαπάνες (σε εκατομμύρια ευρώ) ανά περιφέρεια και χώρα προέλευσης Αύγουστος 2013

Περιφέρεια	Χώρες ΕΕ	Γαλλία	Γερμανία	Ηνωμένο Βασίλειο	Ιταλία	Χώρες Ευρώπης Εκτός ΕΕ	Ρωσία	Λοιπές χώρες εκτός Ευρώπης
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	41,75	5,11	14,97	4,41	6,68	47,28	5,75	11,31
Κεντρική Μακεδονία	109,48	2,40	41,91	12,47	21,23	171,11	49,91	9,80
Δυτική Μακεδονία	4,39							
Ήπειρος	20,30	1,58	1,47		10,75			
Θεσσαλία	19,34	1,43	3,67		5,85	9,33		4,30
Ιόνια Νησιά	265,18	15,27	33,34	73,28	62,00	45,08	24,82	5,12
Δυτική Ελλάδα	17,68	4,43		3,28	4,41	2,97		3,00
Στερεά Ελλάδα	6,25	1,59			0,83			
Πελοπόννησος	23,35	9,50	2,45	4,59	3,44	7,30	4,39	12,88
Αττική	68,13	14,50	6,90	16,73	7,73	25,68	8,54	51,67
Νησιά Βορ. Αιγαίου								
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	579,90	113,22	74,79	106,98	87,22	146,45	94,94	85,29
Κρήτη	442,80	108,71	109,19	55,58	37,23	150,14	116,96	22,47

Παρατηρώντας τον παρακάτω πίνακα διαπιστώνουμε ότι στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου, που αναλώνεται η μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη από αλλοδαπούς, σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες και που η δαπάνη αυτή αφορά αποκλειστικά ξενοδοχειακές μονάδες, χρησιμοποιήθηκαν για την διαμονή 213,2 εκατομμύρια ευρώ, για το μπαρ και το εστιατόριο 171,1 εκατομμύρια ευρώ, για τις μεταφορές 80,3 εκατομμύρια ευρώ, για διασκέδαση 65,5 εκατομμύρια ευρώ και για αγορές και άλλες δαπάνες 113,8 εκατομμύρια ευρώ, αγγίζοντας συνολικά οι παραπάνω κατηγορίες τα 671,2 εκατομμύρια ευρώ για τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου. Ακολουθεί η Κρήτη με δαπάνες σε εκατομμύρια ευρώ που γίνονται σε ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες δεν έχουν μεγάλη απόκλιση από αυτές των νησιών του Νοτίου Αιγαίου.

Δαπάνες ανά περιφέρεια και είδος δαπάνης (σε εκατομμύρια ευρώ) για τους επισκέπτες που διέμειναν αποκλειστικά σε ξενοδοχείο Αύγουστος 2013						
Περιφέρεια	Διαμονή	Μπαρ και Εστιατόρια	Μεταφορές	Διασκέδαση	Αγορές και άλλες Δαπάνες	Σύνολο
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	18,60	13,00	6,60	3,90	11,80	53,90
Κεντρική Μακεδονία	50,60	42,60	16,20	14,40	44,40	168,20
Δυτική Μακεδονία	1,70	1,70	0,90	1,10	2,90	8,30
Ήπειρος	4,00	2,80	1,30	0,90	2,10	11,10
Θεσσαλία	7,10	4,40	1,90	1,30	4,00	18,70
Ιόνια Νησιά	61,10	55,70	23,50	20,00	45,20	205,50
Δυτική Ελλάδα	4,90	3,50	1,90	1,50	2,80	14,60
Στερεά Ελλάδα	3,10	2,50	1,80	1,30	1,90	10,60
Πελοπόννησος	7,90	5,20	3,10	2,00	4,80	23,00
Αττική	29,10	22,80	11,20	8,80	16,30	88,20
Νησιά Βορ. Αιγαίου	2,20	1,70	0,80	0,60	1,10	6,40
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	213,20	171,10	80,30	65,50	141,20	671,30
Κρήτη	147,00	122,80	64,20	59,40	113,80	507,20
Σύνολο	550,50	449,80	213,70	180,70	392,30	1787,00

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Ακολουθεί πίνακας που εμφανίζει τις δαπάνες ανά περιφέρεια σε ποσοστό επί των συνολικών δαπανών που αφορούν ξενοδοχειακές μονάδες.

Ποσοστιαία κατανομή δαπανών ανά περιφέρεια (σε εκατομμύρια ευρώ) για τους επισκέπτες που διέμειναν αποκλειστικά σε ξενοδοχείο Αύγουστος 2013					
Περιφέρεια	Διαμονή σε ποσοστό τοις(%)	Μπαρ και Εστιατόρια σε ποσοστό τοις(%)	Μεταφορές σε ποσοστό επί τοις(%)	Διασκέδαση σε ποσοστό επί τοις(%)	Αγορές και άλλες Δαπάνες σε ποσοστό επί τοις(%)
Ανατ. Μακεδονία Θράκη	3,38	2,89	3,09	2,16	3,01
Κεντρική Μακεδονία	9,19	9,47	7,58	7,98	11,32
Δυτική Μακεδονία	0,31	0,38	0,42	0,61	0,74
Ήπειρος	0,73	0,62	0,61	0,50	0,54
Θεσσαλία	1,29	0,98	0,89	0,72	1,02
Ιόνια Νησιά	11,10	12,38	10,99	11,08	11,52
Δυτική Ελλάδα	0,89	0,80	0,89	0,83	0,71
Στερεά Ελλάδα	0,56	0,56	0,84	0,72	0,48
Πελοπόννησος	1,44	1,16	1,45	1,11	1,22
Αττική	5,29	5,07	5,24	4,88	4,15
Νησιά Βορ. Αιγαίου	0,40	0,38	0,37	0,33	0,28
Νησιά Νοτ. Αιγαίου	38,73	38,04	37,56	36,29	35,99
Κρήτη	26,70	27,03	30,03	32,91	29,01
Σύνολο	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Αύγουστος 2013

Οι δαπάνες σε ποσοστιαίες μονάδες επί του συνόλου των δαπανών που γίνονται σε ξενοδοχεία τον Αύγουστο του 2013 από αλλοδαπούς τουρίστες, στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου είναι 38,73% για την διαμονή, 38,04% για τα μπαρ, 37,56% για τις μεταφορές, 36,29% για διασκέδαση και 35,99% για λοιπές δαπάνες.

Πίνακας 1: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό κατά χώρα προέλευσης: Ιανουάριος- Ιούνιος 2014

Χώρα προέλευσης μη κατοίκων	Ιαν- Ιούνιος		Μεταβολή 2014/2013	Αναλογία % επί του συνόλου	
	2013	2014		2013	2014
I. ΕΥΡΩΠΗ	4.668.014	5.350.441	14,6	86,1%	85,4%
Χώρες ΕΕ	3.143.970	3.700.938	17,7	58,0%	59,1%
Αυστρία	61.592	68.251	10,8	1,1%	1,1%
Βέλγιο	101.416	124.096	22,4	1,9%	2,0%
Βουλγαρία	331.572	374.048	12,8	6,1%	6,0%
Γαλλία	358.038	412.052	15,1	6,6%	6,6%
Γερμανία	700.428	713.823	1,9	12,9%	11,4%
Δανία	68.026	50.194	-26,2	1,3%	0,8%

Εσθονία	3.109	10.722	244,9	0,1%	0,2%
Ηνωμένο Βασίλειο	519.828	695.602	33,8	9,6%	11,1%
Ιρλανδία	11.576	21.577	86,4	0,2%	0,3%
Ισπανία	34.813	39.298	12,9	0,6%	0,6%
Ιταλία	203.531	182.686	-10,2	3,8%	2,9%
Κροατία ⁽¹⁾	-	7.348	-	-	0,1%
Κύπρος	150.849	194.651	29,0	2,8%	3,1%
Λεττονία	7.219	9.720	34,6	0,1%	0,2%
Λιθουανία	9.929	14.892	50,0	0,2%	0,2%
Λουξεμβούργο	6.011	4.659	-22,5	0,1%	0,1%
Μάλτα	519	945	82,0	0,0%	0,0%
Ολλανδία	165.987	219.503	32,2	3,1%	3,5%
Ουγγαρία	17.403	10.319	-40,7	0,3%	0,2%
Πολωνία	98.132	132.920	35,5	1,8%	2,1%
Πορτογαλία	3.495	5.219	49,3	0,1%	0,1%
Ρουμανία	83.318	131.658	58,0	1,5%	2,1%
Σλοβακία	2.069	4.041	95,4	0,0%	0,1%
Σλοβενία	1.889	3.851	103,9	0,0%	0,1%
Σουηδία	102.138	123.281	20,7	1,9%	2,0%
Τσεχία	52.292	87.123	66,6	1,0%	1,4%
Φινλανδία	48.791	58.460	19,8	0,9%	0,9%
Αλβανία	258.565	237.935	-8,0	4,8%	3,8%
Ελβετία	81.628	103.948	27,3	1,5%	1,7%
Νορβηγία	84.585	89.713	6,1	1,6%	1,4%
Ισλανδία	888	1.364	53,5	0,0%	0,0%
Ρωσία	337.103	382.451	13,5	6,2%	6,1%
Σερβία	164.023	179.502	9,4	3,0%	2,9%
Λοιπές χώρες Ευρώπης	597.252	654.590	9,6	11,0%	10,4%
Π. ΑΣΙΑ	452.023	535.756	18,5	3,3%	3,6%
Ιαπωνία	3.735	13.167	252,5	0,1%	0,2%
Ιράν	1.826	560	-69,3	0,0%	0,0%
Ισραήλ	51.366	73.305	42,7	0,9%	1,2%
Κίνα	9.638	25.068	160,1	0,2%	0,4%
Λίβανος - Συρία	9.362	11.723	25,2	0,2%	0,2%
Ν. Κορέα	4.113	7.121	73,1	0,1%	0,1%
Τουρκία	346.009	345.826	-0,1	6,4%	5,5%
Λοιπά κράτη Μ. Ανατολής	10.561	22.712	115,1	0,2%	0,4%
Λοιπές χώρες Ασίας	15.413	36.274	135,3	0,3%	0,6%
ΙΙΙ. ΑΦΡΙΚΗ	14.256	20.624	44,7	0,3%	0,3%
Αίγυπτος - Σουδάν	3.543	3.086	-12,9	0,1%	0,0%
Νοτιοαφρικανική Ένωση	5.928	10.710	80,7	0,1%	0,2%
Λοιπές χώρες Αφρικής	4.784	6.827	42,7	0,1%	0,1%
ΙΙΙΙ. ΑΜΕΡΙΚΗ	250.411	308.462	23,2	4,6%	4,9%
Αργεντινή	12.259	14.847	21,1	0,2%	0,2%
Βραζιλία	12.421	13.395	7,8	0,2%	0,2%
Μεξικό	6.525	10.502	61,0	0,1%	0,2%
Η.Π.Α.	166.072	202.678	22,0	3,1%	3,2%
Καναδάς	41.213	54.411	32,0	0,8%	0,9%
Λοιπές χώρες Αμερικής	11.923	12.630	5,9	0,2%	0,2%
ΙΙΙΙΙ. ΩΚΕΑΝΙΑ	36.126	48.754	35,0	0,7%	0,8%
Αυστραλία	31.679	44.449	40,3	0,6%	0,7%
Λοιπές χώρες Ωκεανίας	4.447	4.305	-3,2	0,1%	0,1%
Σύνολο αφίξεων μη κατοίκων	5.420.831	6.264.037	15,6	100,0%	100,0%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ	5.420.831	6.264.037	15,6	100,0%	100,0%

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Ιανουάριος – Ιούνιος 2014

Παρατηρούμε ότι στην Ελλάδα, ο τουρισμός από κατοίκους της Ευρώπης αυξήθηκε από 4.668.014 το έτος 2013 σε 5.350.441 το έτος 2014, με ποσοστιαία μεταβολή 14,6 μονάδες. Η αναλογία επί του συνόλου το 2013 για χώρες της Ευρώπης ήταν 86,1% έναντι 85,4% που ήταν το 2014. Η αναλογία επί του συνόλου για τις χώρες της Ευρώπης το 2014 μειώθηκε κατά 0,7%, πράγμα που σημαίνει ότι στην Ελλάδα αυξήθηκε ο τουρισμός από τις υπόλοιπες ηπείρους σε σχέση με το 2013. Συγκεκριμένα ο εισερχόμενος τουρισμός από την Ασία αυξήθηκε, 535.756 (2014) έναντι 452.023 (2013) με αύξηση 18,5% σε σχέση με το 2013 και έχουμε μια αύξηση κατά 0,03% από την Ασία επί του συνόλου.

Από την Αφρική έχουμε και εκεί αύξηση 20.624 αφίξεις (2014) έναντι 14256 (2013) αύξηση με 44,7% σε σχέση με το 2013, με το ποσοστό επί του συνόλου να παραμένει το ίδιο 0,03%.

Οι αφίξεις από την Αμερική αυξήθηκαν 308.462 (2014) έναντι 250.411 (2013) με αύξηση 23,2% ανεβάζοντας το ποσοστό επί του συνόλου κατά 0,03% σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά.

Τέλος αύξηση έχουμε και για την Ωκεανία με 48.754 αφίξεις (2014) έναντι 36.126 (2013) με μεταβολή 35% ανεβάζοντας το ποσοστό επί του συνόλου σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά κατά 0,01%. Ειδικότερα σημαντική αύξηση των αφίξεων σε απόλυτες τιμές παρατηρείται απ' το Ηνωμένο Βασίλειο (33,8%), τη Γαλλία (15,1%), την Ολλανδία (32,2%) , τη Ρουμανία (58%), τη Ρωσία (13,5%), την Κύπρο (29%) και τη Βουλγαρία (12,8%), ενώ σημαντική μείωση των αφίξεων παρατηρείται απ' την Ιταλία (-10,2%), την Αλβανία (-8%) και τη Δανία (-26,2%). Οι ποσοστιαίες αυξήσεις στην Ελλάδα στις αφίξεις από Ασία, Αφρική, Αμερική και Ωκεανία ήταν μεγαλύτερες από αυτές της Ευρώπης. Όσον αφορά την κατανομή των αφίξεων μη κατοίκων ανά χώρα προέλευσης τη μεγαλύτερη συμμετοχή έχει η Γερμανία (11,4%) και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο (11,1%), η Γαλλία (6,6%), η Ρωσία (6,1%) και η Βουλγαρία (6%). Για τις υπόλοιπες ηπείρους σημαντική αύξηση στις αφίξεις παρατηρείται από την Τουρκία (5,5%) και από τις ΗΠΑ (3,2%). Τα παραπάνω ποσοστά αφορούν τα έτη 2013 και 2014 από τον Ιανουάριο μέχρι και τον Ιούνιο.

Πίνακας 2 Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό κατά χώρα προέλευσης και μέσο μεταφοράς: Ιαν. - Ιούνιος 2014

Χώρες προέλευσης μη κατοίκων	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ	ΣΙΔ/ΚΟΣ ⁽²⁾	ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ	ΟΔΙΚΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
I. ΕΥΡΩΠΗ	3.694.925	493	188.483	1.466.539	5.350.441
Χώρες ΕΕ	3.060.863	24	173.916	466.135	3.700.938
Αυστρία	64.051	0	3.240	960	68.251
Βέλγιο	122.385	0	1.711	0	124.096
Βουλγαρία	6.906	0	45.933	321.209	374.048
Γαλλία	401.872	0	9.082	1.098	412.052
Γερμανία	654.498	18	28.406	30.902	713.823
Δανία	49.487	0	706	0	50.194
Εσθονία	9.752	0	253	716	10.722
Ηνωμένο Βασίλειο	688.722	0	6.880	0	695.602
Ιρλανδία	21.263	0	314	0	21.577
Ισπανία	37.087	0	2.211	0	39.298
Ιταλία	137.850	0	44.836	0	182.686
Κροατία ⁽¹⁾	6.550	0	797	0	7.348
Κύπρος	193.446	0	1.205	0	194.651
Λεττονία	8.239	0	0	1.481	9.720

Λιθουανία	12.666	0	1.336	891	14.892
Λουξεμβούργο	4.573	0	86	0	4.659
Μάλτα	691	0	253	0	945
Ολλανδία	215.312	0	3.674	517	219.503
Ουγγαρία	6.302	0	3.460	557	10.319
Πολωνία	115.439	0	3.214	14.267	132.920
Πορτογαλία	5.093	0	126	0	5.219
Ρουμανία	28.597	4	12.728	90.330	131.658
Σλοβακία	3.649	0	392	0	4.041
Σλοβενία	2.717	0	1.134	0	3.851
Σουηδία	122.961	0	105	215	123.281
Τσεχία	82.379	3	1.748	2.994	87.123
Φινλανδία	58.374	0	86	0	58.460
Αλβανία	8.816	0	364	228.755	237.935
Ελβετία	97.299	0	6.648	0	103.948
Νορβηγία	89.236	0	477	0	89.713
Ισλανδία	1.364	0	0	0	1.364
Ρωσία	372.341	0	2.369	7.740	382.451
Σερβία	13.469	156	1.070	164.807	179.502
Λοιπές χώρες Ευρώπης	51.538	313	3.638	599.101	654.590
II. ΑΣΙΑ	214.576	0	22.732	298.448	535.756
Ιαπωνία	12.490	0	677	0	13.167
Ιράν	560	0	0	0	560
Ισραήλ	73.305	0	0	0	73.305
Κίνα	24.376	0	692	0	25.068
Λίβανος - Συρία	11.723	0	0	0	11.723
Ν. Κορέα	7.121	0	0	0	7.121
Τουρκία	28.944	0	20.115	296.766	345.826
Λοιπά κράτη Μ. Ανατολής	23.179	0	0	0	23.179
Λοιπές χώρες Ασίας	32.879	0	1.247	1.682	35.808
III. ΑΦΡΙΚΗ	20.624	0	0	0	20.624
Αίγυπτος - Σουδάν	3.086	0	0	0	3.086
Νοτιοαφρικανική Ένωση	10.710	0	0	0	10.710
Λοιπές χώρες Αφρικής	6.827	0	0	0	6.827
IV. ΑΜΕΡΙΚΗ	300.910	0	7.552	0	308.462
Αργεντινή	13.924	0	923	0	14.847
Βραζιλία	13.395	0	0	0	13.395
Μεξικό	10.502	0	0	0	10.502
Η.Π.Α.	197.917	0	4.761	0	202.678
Καναδάς	52.796	0	1.615	0	54.411
Λοιπές χώρες Αμερικής	12.376	0	253	0	12.630
V. ΩΚΕΑΝΙΑ	46.871	0	1.882	0	48.754
Αυστραλία	43.645	0	804	0	44.449
Λοιπές χώρες Ωκεανίας	3.227	0	1.078	0	4.305
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ	4.277.906	493	220.650	1.764.987	6.264.037

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Ιανουάριος – Ιούνιος 2014

Πίνακας 3: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό κατά μέσο μεταφοράς και σταθμό εισόδου Ιανουάριος-Ιούνιος 2014

Σταθμοί εισόδου αφίξεων μη κατοίκων	Ιαν - Ιούνιος		Μεταβολή	Αναλογία % επί του συνόλου	
	2013	2014	2014/2013	2013	2014

I. ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ		3.638.277	4.277.906	17,6%	67,1%	68,3%
1	Αθηνών	1.023.131	1.293.566	26,4%	18,9%	20,7%
2	Ζακύνθου	83.665	101.019	20,7%	1,5%	1,6%
3	Ηρακλείου	662.969	728.627	9,9%	12,2%	11,6%
4	Θεσσαλονίκης	305.621	344.690	12,8%	5,6%	5,5%
5	Κέρκυρας	229.274	259.421	13,1%	4,2%	4,1%
6	Κω	237.330	257.446	8,5%	4,4%	4,1%
7	Ρόδου	481.739	536.216	11,3%	8,9%	8,6%
8	Σαντορίνης	42.113	50.891	20,8%	0,8%	0,8%
9	Χανίων	226.770	241.155	6,3%	4,2%	3,8%
10	Λοιπών σταθμών	345.664	464.876	34,5%	6,4%	7,4%
II. ΣΙΔΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟΣ ⁽¹⁾		0	493	-	-	0,0%
1	Προμαχώνα (Ν. Σερρών) ⁽²⁾	0	0	-	-	0,0%
2	Σιδηροδρομικοί σταθμοί εκτός δείγματος	0	493	-	-	0,0%
III. ΘΑΛΑΣΣΙ-Σ		233.985	220.650	-5,7%	4,3%	3,5%
1	Ηγουμενίτσας	111.617	119.092	6,7%	2,1%	1,9%
2	Κέρκυρας ⁽²⁾	0	0	-	-	0,0%
3	Πατρών	61.704	77.222	25,1%	1,1%	1,2%
4	Λοιπών σταθμών	60.665	24.336	-59,9%	1,1%	0,4%
IV. ΟΔΙΚΟΣ		1.548.569	1.764.987	14,0%	28,6%	28,2%
1	Ευζώνων (Ν. Κιλκίς)	402.676	409.453	1,7%	7,4%	6,5%
2	Κακκαβιάς (Ν. Ιωαννίνων)	141.835	118.794	-16,2%	2,6%	1,9%
3	Κήπων (Ν. Έβρου)	197.187	157.999	-19,9%	3,6%	2,5%
4	Προμαχώνα (Ν. Σερρών)	211.646	246.172	16,3%	3,9%	3,9%
5	Οδικόι σταθμοί εκτός δείγματος	595.225	832.570	39,9%	11,0%	13,3%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ		5.420.831	6.264.037	15,6%	100,0%	100,0%

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ Ιανουάριος – Ιούνιος 2014

Όσον αφορά τα μέσα μεταφοράς την περίοδο Ιανουάριος- Ιούνιος 2014, οι περισσότερες αφίξεις έγιναν αεροπορικώς και οδικός, με το αεροδρόμιο Αθηνών να συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό κίνησης (20,7%), με επόμενα αεροδρόμια στην κατάταξη, του Ηρακλείου (11,6%), της Ρόδου (8,6%) και της Θεσσαλονίκης (5,5%). Τελευταίες στην κατάταξη είναι οι αφίξεις με τρένο (σιδηροδρομικώς) μόλις 493. Τέλος οι κύριοι σταθμοί εισόδου που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό κίνησης οδικός, είναι των Ευζώνων (6,5%) και ο Προμαχώνας (3,9%).

Σημαντικό ρόλο επίσης στην τουριστική οικονομία της Ελλάδας παίζει φυσικά και ο εσωτερικός τουρισμός. Στην Ελλάδα με βάση στατιστικών συμπερασμάτων της «ΕΛΣΤΑΤ», τα περισσότερα ταξίδια που πραγματοποιήσαν οι Έλληνες τουρίστες το 2014 αφορούν προσωπικούς λόγους, ενώ ο αριθμός των ατόμων που ταξίδεψαν αυξήθηκε κατά 15,9% το 2014 σε σύγκριση με το 2013. Οι δαπάνες που χρησιμοποιήθηκαν αυξήθηκαν κατά 7,2% διότι προτίμησαν να διαμείνουν σε μη ενοικιαζόμενα καταλύματα.

Συγκεκριμένα όλο το διάστημα του 2014 πραγματοποιήθηκαν 6.334.275 ταξίδια και τα άτομα που ταξίδεψαν ανέρχονται σε 3.644.262, σημειώνοντας αύξηση 13,4% και 15,9% αντίστοιχα σε σύγκριση με τα στοιχεία του 2013. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων ανήλθε σε 63.977.192 και οι δαπάνες σε 1.834.964.490 ευρώ, καταγράφοντας αύξηση 8,8% και 7,2% αντίστοιχα. Το 94,3% αφορούσε ταξίδια με όλα τα μέσα μεταφοράς εκτός του σιδηροδρόμου. Σημαντική αύξηση σε απόλυτες τιμές παρουσίασαν ταξίδια με διάρκεια 1-3

διανυκτερεύσεις και 4-7 διανυκτερεύσεις κατά 18,9% και 24% αντίστοιχα και οι δαπάνες κατά 30% και 23,4% αντίστοιχα. Σημαντική μεταβολή δεν παρατηρείται στα ταξίδια από 8 διανυκτερεύσεις και πάνω. Αντίθετα, αύξηση του συνόλου των διανυκτερεύσεων σε απόλυτες τιμές, παρατηρήθηκε στα ταξίδια με διάρκεια 4-7 διανυκτερεύσεις και 15 διανυκτερεύσεις και πάνω κατά 23,3% και 4,8% αντίστοιχα.

Στα περισσότερα ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν για προσωπικούς λόγους χρησιμοποιήθηκαν για παραμονή μη ενοικιαζόμενα καταλύματα, δηλαδή 63,9% επί του συνόλου των ταξιδιών και 78,9% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων. Στις ηλικίες 25-44 παρατηρείται αύξηση των ταξιδιών καθώς και εκείνων που έγιναν για προσωπικούς λόγους με 18,3% και 20,7% αντίστοιχα. Τέλος στις ηλικίες αυτές η αύξηση των διανυκτερεύσεων ανήλθε σε 10,8% και των δαπανών σε 14%.

1.15 Τουριστική προσφορά

Όταν θέλουμε να παράγουμε κάποιο τουριστικό προϊόν, χρησιμοποιούμε διάφορους συντελεστές παραγωγής, όπως εργασία, κεφάλαιο, τεχνολογία, τεχνογνωσία, έδαφος. Η σχέση μεταξύ της ποσότητας των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος και της ποσότητας του τουριστικού προϊόντος που παράγεται, εκφράζεται με την συνάρτηση προσφοράς. Ειδικότερα τουριστική προσφορά είναι η ποσότητα των τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών, που προσφέρονται μέσα σε μια οικονομία και σε συγκεκριμένες τιμές, ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών (τουριστών). Αξίζει να σημειωθεί, ότι η τουριστική προσφορά, χαρακτηρίζεται από μεγάλη ετερογένεια, δηλαδή από διάφορα τουριστικά προϊόντα που μπορεί να είναι είτε αγαθά, είτε φυσικοί πόροι, είτε υπηρεσίες (πχ ξενοδοχειακές υπηρεσίες). Εξαιτίας της ετερογένειας αυτής επέρχεται και η διαφορά της προσφοράς ενός προϊόντος σε μια οικονομία, με την προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος στην ίδια οικονομία. Η διαφορά παρατηρείται στο περιεχόμενο της έννοιας τουριστικό προϊόν.

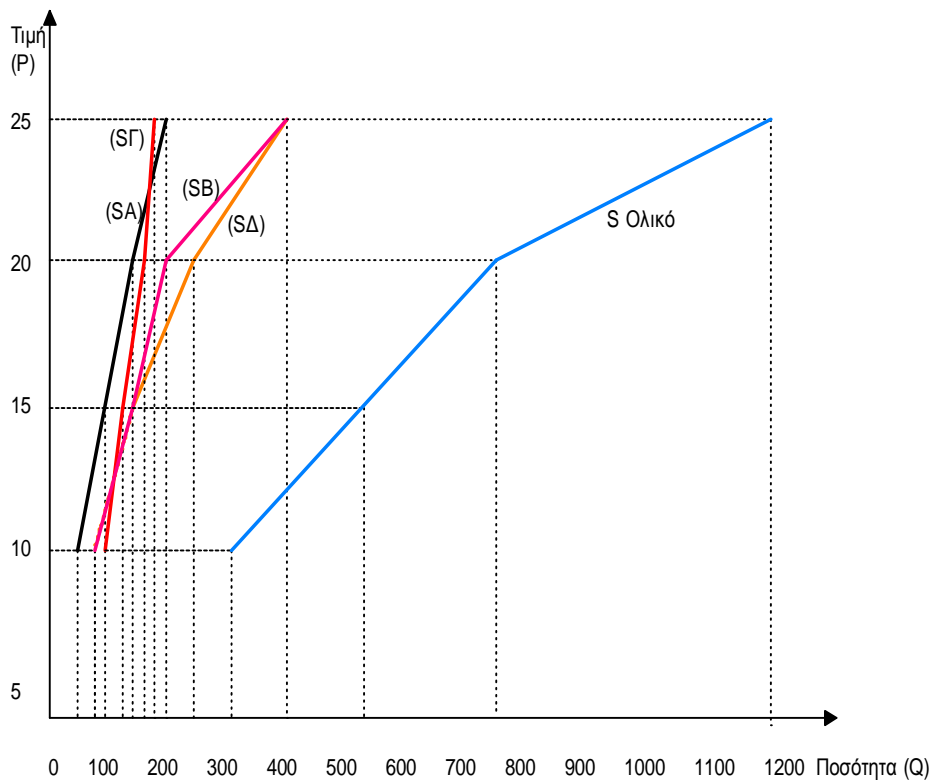
Η συνολική ποσότητα τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται στην αγορά προκύπτει απ' το άθροισμα των επιμέρους ποσοτήτων που προσφέρουν οι επιχειρήσεις του κλάδου σε δεδομένη τιμή. Άρα για να βρούμε την αγοραία καμπύλη προσφοράς πρέπει να αθροίσουμε όλες τις καμπύλες προσφοράς, των μεμονωμένων παραγωγών του τουριστικού αγαθού.

Ακολουθεί πρακτικό παράδειγμα της αγοραίας καμπύλης τουριστικής προσφοράς:

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται οι προσφερόμενες ποσότητες ενός τουριστικού αγαθού Α από τέσσερις τουριστικές επιχειρήσεις:

Τιμή P	Προσφορά Α	Προσφορά Β	Προσφορά Γ	Προσφορά Δ	Αγοραία προσφορά A+B+Γ+Δ
10	50	80	100	90	320
15	100	150	140	150	540
20	150	250	160	200	760
25	200	400	180	400	1180

Ζητείται να σχεδιαστούν στο ίδιο διάγραμμα οι επιμέρους καμπύλες προσφοράς και η καμπύλη της αγοραίας προσφοράς.



1.16 Ισορροπία προσφοράς και ζήτησης τουριστικών προϊόντων

Η τιμή καθώς και η ποσότητα ισορροπίας ή η ισορροπία της αγοράς προσδιορίζονται απ' την αλληλεπίδραση της ζήτησης και της προσφοράς των τουριστικών προϊόντων. Όταν η ποσότητα που θέλουν οι καταναλωτές-τουρίστες να καταναλώσουν για την ικανοποίηση των αναγκών τους είναι ακριβώς ίση με την ποσότητα που θέλουν να πουλήσουν οι πωλητές, τότε κάνουμε λόγο για την ισορροπία στην τουριστική αγορά και η τιμή της ισορροπίας είναι εκείνη με την οποία συμφωνεί η τουριστική ζήτηση με την προσφορά. Σε ένα διάγραμμα η τιμή ισορροπίας βρίσκεται στο σημείο που γίνεται τομή μεταξύ καμπύλης προσφοράς και ζήτησης και το σημείο αυτό το συμβολίζουμε με I.

Στο σημείο που οι παραγωγοί θέλουν να πουλήσουν περισσότερη ποσότητα τουριστικού προϊόντος από αυτή που οι τουρίστες θέλουν και μπορούν να αγοράσουν δημιουργείται πλεόνασμα της προσφερόμενης ποσότητας έναντι της ζητούμενης. Αντίθετα όταν η ζητούμενη ποσότητα που δημιουργείται απ' τους τουρίστες είναι μεγαλύτερη από αυτή που οι πωλητές μπορούν να προσφέρουν, τότε έχουμε έλλειμμα αγοράς. Όταν μεταβαίνουμε στην συνθήκη αυτή, υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των αγοραστών με αποτέλεσμα την άνοδο των τιμών.

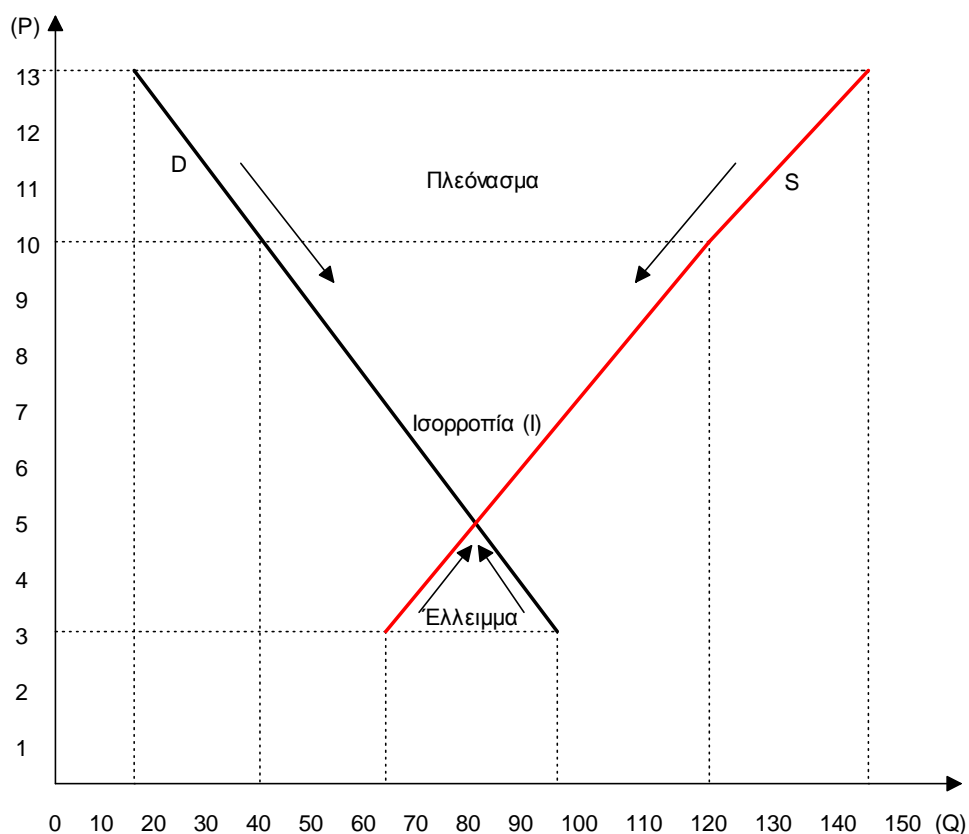
Μόνο στο σημείο ισορροπίας (I) δεν υπάρχουν ελλείμματα ή πλεονάσματα και έτσι δεν υπάρχει λόγος να μεταβληθεί η τιμή, γιατί στο σημείο αυτό η προσφορά και η ζήτηση έχουν ισορροπήσει και η τιμή βρίσκεται σε σταθερό επίπεδο.

Ακολουθεί πρακτικό παράδειγμα πάνω στην ισορροπία (I) της προσφοράς (QD) και ζήτησης (QS) τουριστικών προϊόντων:

Δίνεται ο παρακάτω πίνακας τουριστικής ζήτησης και προσφοράς:

Τιμή (P)	Ζήτηση (QD)	Προσφορά (QS)
3	96	64
10	40	120
13	16	144

Να κατασκευαστεί σε κοινό διάγραμμα η καμπύλη προσφοράς και ζήτησης και να προσδιοριστεί το σημείο ισορροπίας της τουριστικής αγοράς.



Η τιμή ισορροπίας παρατηρείται στο σημείο όπου $P=5$ και $Q=80$

Για τιμή $P=3$ έχουμε:

$$QS-QD=64-96 = -32$$

Άρα έχουμε έλλειμμα αγοράς κατά 32 μονάδες.

Για τιμή $P=10$ έχουμε:

$$QS-QD=120-40 = +80$$

Άρα έχουμε πλεόνασμα προσφοράς έναντι ζητούμενης ποσότητας κατά 80 μονάδες.

Για τιμή $P=13$ έχουμε:

$$QS-QD= 144-16 = +118$$

Άρα έχουμε πλεόνασμα προσφοράς έναντι ζητούμενης ποσότητας κατά 118 μονάδες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

2.1 Ιστορική αναδρομή ξενοδοχείων

Η ιστορία των ξενοδοχείων έχει την ηλικία που έχει ο ανθρώπινος πολιτισμός. Η πρώτη εμφάνιση των ξενοδοχείων, χάνεται στα βάθη των αιώνων.

Μπορούμε να διακρίνουμε 3 περιόδους στην αντιμετώπιση της φιλοξενίας από τους αρχαίους πολιτισμούς. Η πρώτη περίοδος αναφέρεται στην επικινδυνότητα και στην δυσκολία των ταξιδιών που περιόριζαν τις μοναχικές μετακινήσεις, οπότε ελάχιστοι ταξιδιώτες έφθαναν σε πόλεις. Η δεύτερη περίοδος αναφέρεται στα χρόνια, όπου το εμπόριο και άλλες δραστηριότητες λειτούργησαν ως κίνητρα για ταξίδια, έτσι ο αριθμός των ταξιδιωτών αυξήθηκε σημαντικά. Στην τρίτη περίοδο, η βελτίωση των συνθηκών μετακίνησης, η στρατιωτική εποπτεία και η βελτίωση του οδικού δικτύου έκαναν συνηθισμένο φαινόμενο τις μετακινήσεις.

Η πρώτη περίοδος συνδέεται με την εποχή που ο ξένος ήταν ένα σπάνιο φαινόμενο. Έτσι, όταν ένας επισκέπτης έφθανε σε κατοικημένη περιοχή όλοι επιζητούσαν την παρέα του, η οποία έδινε κοινωνική αίγλη. Ταυτόχρονα, όμως οι ντόπιοι έπαιρναν από το ξένο πληροφορίες σχετικά με θέματα στρατιωτικά, πολιτιστικά και τεχνικά, οι οποίες μπορούσαν να έχουν σημαντική αξία.

Με την πάροδο των χρόνων (δεύτερη περίοδος), ο αριθμός των ξένων μεγάλωνε και η αύξηση της προσφοράς μείωνε την ζήτηση. Όταν οι ξένοι έγιναν πολλοί, μειώθηκε το ενδιαφέρον γι' αυτούς. Οι πληροφορίες που μετέφεραν ήταν ήδη γνωστές, διότι τις είχαν μεταφέρει πιο πριν άλλοι ξένοι επισκέπτες. Τότε χρειάστηκε να επέμβει η πολιτεία για να βρει λύση στο πρόβλημα καταλύματος των ξένων.

Στην τρίτη περίοδο, όταν πλέον οι ξένοι έγιναν πολλοί, ειδικά σε ορισμένες περιοχές και περιόδους, για να εξασφαλίσουν κάποιο κατάλυμα έπρεπε να πληρώσουν. Έτσι, λοιπόν είχαμε την εμφάνιση των πρώτων ξενοδοχείων.

Η φιλοξενία στην Αρχαία Ελλάδα

Οι Αρχαίοι Έλληνες είχαν αναγάγει την φιλοξενία σε θεότητα. Ο Δίας ο θεός του Ολύμπου, πήρε από τους προγόνους μας μεταξύ άλλων και τον τίτλο "Ξένιος" για να δώσουν έμφαση και σημασία στην αρετή της φιλοξενίας.

Η πρώτη ξενοδοχειακή επιχείρηση ιδρύθηκε το 1312, στο Παρίσι. Αργότερα οι Γερμανοί και οι Ιταλοί οργάνωσαν συστηματικές ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα το πρώτο ξενοδοχείο ιδρύθηκε στο Ναύπλιο, στην εποχή του Όθωνα το 1828 με την επωνυμία "ξενοδοχείο το Λονδίνο". Μετά στο Πόρο και στην Αθήνα το 1835.

Σήμερα οι τουρίστες κινούνται κατ' εκατομμύρια κάθε χρόνο (τελευταία στη χώρα μας 13-14 εκατομμύρια/έτος). Η εμπορία της φιλοξενίας έχει πάρει επιστημονικές διαστάσεις και ο τουρισμός αποτελεί μεγάλης σημασίας κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, τόσο για τις χώρες που δέχονται τουρισμό, όσο και για τις χώρες από τις οποίες προέρχονται οι τουρίστες.

2.2 Ορισμός και σκοπός ξενοδοχειακής λογιστικής

Είναι ιδιαίτερος κλάδος της εφαρμοσμένης λογιστικής, αντικείμενο της είναι η εκμετάλλευση και η παρακολούθηση των οικονομικών στοιχείων του ξενοδοχείου.

Σκοπός της ξενοδοχειακής λογιστικής είναι ο προσδιορισμός της περιουσιακής συγκρότησης και διάρθρωσης του ξενοδοχείου σε κάθε στιγμή, η παρακολούθηση των περιουσιακών μεταβολών και τέλος η εξεύρεση των οικονομικών αποτελεσμάτων συνολικά, αλλά και για κάθε κλάδο εκμετάλλευσης και δραστηριότητας χωριστά.

2.3 Ορισμός ξενοδοχειακής επιχείρησης

Είναι μια σύνθετη οικονομική μονάδα (δηλαδή συγκρότημα εκμεταλλεύσεων της επιχείρησης) που προσφέρει στέγη, τροφή, υπηρεσίες, υπηρεσίες (συναλλαγές τραπεζών, ταχυδρομείων, ειδικές εξυπηρετήσεις, χώρους συγκεντρώσεις, κομμωτήριο, αθλητικές δραστηριότητες, κλπ), με σκοπό την επίτευξη ενός αντικειμενικού και οικονομικού αποτελέσματος (μέγιστο κέρδος).

Σύμφωνα με το άρθρο 12 του ΝΔ 1297/1972, ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι οργανωμένες επιχειρήσεις κεφαλαίου και εργασίας που έχουν σκοπό να παρέχουν κατάλυμα στο ευρύ κοινό με ή χωρίς παροχή πρόσθετων υπηρεσιών ανεξάρτητα από την ειδικότερη ονομασία τους (hotel, motel, κλπ).

2.4 Ξενοδοχειακές λογιστικές αρχές

Οι λογιστικές αρχές είναι παραδεδεγμένοι κανόνες και κατευθυντήριες οδηγίες των επιχειρήσεων και διέπουν τη συγκρότηση και την λειτουργία του λογιστικού συστήματος. Στην ξενοδοχειακή λογιστική απαραίτητες βασικές αρχές της λογιστικής, που επιδιώκουν την ομοιόμορφη καταγραφή των λογιστικών γεγονότων είναι :

1. Η αρχή της συνέχειας της δραστηριότητας της οικονομικής μονάδας

Η αρχή αυτή υποθέτει ότι η ζωή μιας επιχείρησης θα είναι μακροχρόνια. Η επιχείρηση θα έχει την δυνατότητα να πραγματοποιήσει τα σχέδια της στο μέλλον, δεν υπάρχει κίνδυνος ρευστοποίησης της περιουσίας της επιχείρησης και ότι το παρόν είναι συνδεδεμένο με το μέλλον.

2. Η χρηματική αρχή

Η λογιστική χρησιμοποιεί το χρήμα ως μονάδα μέτρησης και έκφρασης όλων των επιχειρηματικών συναλλαγών. Αποτελεί την κατάλληλη βάση για την λογιστική μέτρηση, ανάλυση και παράσταση των μεταβολών του κεφαλαίου σε όλα τα ενδιαφέροντα μέρη.

3. Η αρχή της αυτοτέλειας των χρήσεων

Ο υπολογισμός των αποτελεσμάτων μιας λογιστικής χρήσης, πρέπει να περιλαμβάνει μόνο τα έσοδα και έξοδα που πραγματοποιήθηκαν ή αναγνωριστήκαν σε αυτή τη χρήση. Η κάθε χρήση είναι ανεξάρτητη από τις υπόλοιπες. Για το λόγο αυτό τα έσοδα και τα έξοδα επομένων ή προηγούμενων χρήσεων, θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με διαφορετικό τρόπο από τα αντίστοιχα της τρέχουσας χρήσης κατά τον υπολογισμό των αποτελεσμάτων.

4. Η Αρχή της περιοδικότητας των αποτελεσμάτων ή Αρχή της διαχειριστικής χρήσης

Ως διαχειριστική χρήση ορίζεται το πρώτο έτος, εκτός από την πρώτη διαχειριστική χρήση μπορεί να φτάσει και τα 2 χρόνια. Ορίζουμε διαχειριστική χρήση για να υπάρχουν πληροφορίες και οικονομικές καταστάσεις που είναι διαχρονικά συγκρίσιμες μεταξύ τους.

5. Η Αρχή της συσχέτισης εσόδων και εξόδων

Σύμφωνα με την αρχή αυτή το έξοδο πραγματοποιείται στην ίδια χρήση ή διάστημα στην οποία αναγνωρίζεται το έσοδο που προκύπτει από το δεδομένο έξοδο. Άρα, τα έξοδα και έσοδα που συνδέονται σε κάθε διαχειριστική χρήση θα πρέπει να είναι ομαλά, κανονικά και δεδουλευμένα.

6. Η Αρχή της αντικειμενικότητας και το επαληθεύσιμο των λογιστικών καταστάσεων

Η λογιστική και οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις θα πρέπει να στηρίζονται σε στοιχεία τα οποία μπορούν αντικειμενικά να καθοριστούν και να επαληθευτούν οποιαδήποτε στιγμή.

7. Η Αρχή του δικαιολογητικού

Είναι πολύ σημαντικό τα λογιστικά βιβλία να στηρίζονται πάνω σε δικαιολογητικά

8. Η Αρχή της συνέπειας των λογιστικών μεθόδων

Η αρχή της συνέπειας ορίζει ότι η επιχείρηση κατά την κατάρτιση των λογιστικών καταστάσεων της, πρέπει να εφαρμόζει τις ίδιες μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν και στις προηγούμενες λογιστικές χρήσεις, ώστε να μην αλλοιώνονται διαχρονικά τα λογιστικά της αποτελέσματα.

9. Η αρχή της συντηρητικότητας

Ο λογιστής ανάμεσα σε εναλλακτικές και γενικά αποδεκτές λύσεις, σε ορισμένα θέματα θα πρέπει να επιλέξει εκείνη την λύση που θα αποδώσει στον ποιο συντηρητικό τρόπο τα συγκεκριμένα στοιχεία, εκείνη την λύση που είναι καλύτερη για την επιχείρηση.

N.2190/1920 αρ43 παρ 1αρ.γ: " Η αρχή της συντηρητικότητας εφαρμόζεται πάντοτε "

10. Η αρχή της δημοσίευσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων

Η επιχείρηση θα πρέπει να δημοσιεύσει τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις οι οποίες είναι :

- Ισολογισμός
- κατάσταση διάθεσης και χρηματοδότη κεφαλαίου
- κατάσταση μεταβολή κεφαλαίων
- η ταμειακή κατάσταση εισροών-εκροών.

Έτσι ώστε οι τρίτοι προς την επιχείρηση π.χ. δανειστές, επενδυτές και τράπεζες να ενημερώνονται για την πορεία της επιχείρησης για ειδικούς λόγους και να πληροφορούνται για αυτά που θέλουν. Στην Ελλάδα ο Ισολογισμός και τα αποτελέσματα χρήσης πρέπει να δημοσιεύονται .

2.5 Ξενοδοχειακές αργές

- Το λογιστικό σύστημα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων επιβάλλεται να λειτουργεί πλήρως ώστε να μην διαφεύγει καμία δοσοληψία πελατών και να ενημερώνει άμεσα τους λογαριασμούς της επιχείρησης.
- Ο επιχειρηματίας για να καθορίσει την ορθή πορεία της επιχείρησης, πρέπει το λογιστικό σύστημα να παρέχει την δυνατότητα εξαγωγής σωστών πληροφοριών ώστε να απεικονίζεται η κατεύθυνση της επιχείρησης.
- Η δημιουργία ενός ενιαίου συστήματος με ειδικό λογιστικό σχέδιο θα δώσει την δυνατότητα σε όλες τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να προσαρμοστούν σε κάποια κατηγορία και μέγεθος, ώστε να υπάρχει σύγκριση και διεξαγωγή αποτελεσμάτων εκμετάλλευσης.

2.6 Συμβολή ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση συνεισφέρει όχι μόνο στον τουριστικό τομέα, αλλά επεκτείνεται και σε πολλούς άλλους κλάδους της εθνικής οικονομίας.

Συγκεκριμένα :

- **Στην απασχόληση**

Μεγάλος αριθμός ατόμων της χώρας εργάζονται στις ξενοδοχειακές μονάδες προσφέροντας τις υπηρεσίες τους με αμοιβή .

- **Στην ανάπτυξη μεταποιητικού κλάδου (βιομηχανίες και βιοτεχνίες)**

Τα ξενοδοχεία για να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις των πελατών τους, προμηθεύονται κατά την πρώτη εγκατάσταση μέχρι το τέλος της λειτουργίας τους, μηχανικό εξοπλισμό, είδη υγιεινής και επίπλωσης, τρόφιμα, ποτά και είδη κατανάλωσης, έτσι συμβάλλουν στη βιομηχανική ανάπτυξη.

- **Στο εμπόριο**

Τα ξενοδοχεία εφοδιάζονται από παρά πολλές επιχειρήσεις με κεφαλαιουχικά και καταναλωτικά αγαθά. Αυτό έχει ως συνέπεια την αύξηση κύκλου εργασιών και την εξασφάλιση ικανοποιητικών οφελών στους φορείς.

- **Στον γεωργικό τομέα**

Αυξάνεται η γεωργική παραγωγή και το εισόδημα αγροτών, λόγω των μεγάλων ποσοτήτων γεωργικών προϊόντων κτηνοτροφικών και πτηνοτροφικών που καταναλώνονται απ' τα ξενοδοχεία.

- **Στην ανάπτυξη του κλάδου των μεταφορών**

Η αύξηση εισαγωγής τουριστών και η ίδρυση περισσότερων ξενοδοχειακών μονάδων ενισχύει την ανάπτυξη του κλάδου μεταφορών προσώπων, καθώς οι περισσότεροι τουρίστες χρειάζονται και χρησιμοποιούν μεταφορικό μέσο για την μετακίνησή τους.

- **Στον Πολιτιστικό κλάδο**

Ο ξενοδοχειακός κλάδος βοηθά στην πρόοδο της εκπολιτιστικής κίνησης της περιοχής όπου είναι εγκατεστημένα τα ξενοδοχεία. Πολλά ξενοδοχεία παρέχουν πολυτελείς αίθουσες όπου διενεργούνται συνέδρια, προβάλλονται διαλέξεις και διεξάγονται χορευτικές και διάφορες άλλες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.

- **Στην περιφερειακή ανάπτυξη της οικονομίας και στην αποφυγή της αστυφιλίας και της μετανάστευσης**

Αυτά επιτυγχάνονται όταν ιδρύονται ξενοδοχεία μακριά από τα αστικά κέντρα

- **Στα σύγχρονα νοσηλευτικά ιδρύματα**

Ο ξενοδοχειακός τομέας συμβάλει :

- είτε για λόγους υγείας όπως μικροατυχήματα

- είτε για λόγους εμπορικούς όπως αντιπρόσωποι σε εταιρίες φαρμάκων και παραγγελιοδόχοι, καθώς χρειάζεται τις περισσότερες φορές να διαμένουν σε ξενοδοχεία .

2.7 Λειτουργίες και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Ο ξενοδοχειακός κλάδος προβάλλει πολλές ιδιομορφίες και ιδιαιτερότητες σε σχέση με άλλους κλάδους

Τα βασικά χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου:

1. Σταθερή δυναμικότητα δωματίων

Περιορίζει το οικονομικό αποτέλεσμα που μπορούν να έχουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

2. Φθαρτότητα

Είναι η ανεπανόρθωτη οικονομική απώλεια απ' τα έσοδα που διαφεύγουν από ένα αδιάθετο δωμάτιο.

3. Ασταθής ζήτηση

Στον ξενοδοχειακό κλάδο όπως και σε άλλους κλάδους, η ζήτηση επηρεάζεται από πολλούς, οικονομικούς και κοινωνικούς -πολιτικούς παράγοντες. Για το λόγο αυτό, στον τουριστικό τομέα απεικονίζονται έντονες και ουσιαστικές διακυμάνσεις στη ζήτηση ξενοδοχειακών προϊόντων.

4. Δραστηριότητα σε πραγματικό χρόνο

Δηλαδή, η αμεσότητα των δραστηριοτήτων. Η ιδιαιτερότητα αυτή, περιορίζει την δυνατότητα πραγματοποίησης διορθωτικών κινήσεων σε τυχόν λάθη.

5. Ένταση εργασίας

Σε πολύ μεγάλο ποσοστό το κόστος λειτουργίας μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης, συνδέεται με το κόστος εργασίας.

6. Εγκαταστάσεις

Η ανάγκη για ύπαρξη πολλών εγκαταστάσεων.

7. Μέγεθος

Από το μέγεθος της ξενοδοχειακής επιχείρησης εξαρτάται αν ωφεληθεί ή όχι απ' τις οικονομίες κλίμακας.

8. Παραγωγή και κατανάλωση

Πραγματοποιούνται στον ίδιο χώρο.

9. Έντασης κεφαλαίου

Για τη λειτουργία τους οι ξενοδοχειακές οικονομικές μονάδες χρειάζονται συνήθως ακινητοποιήσεις μεγάλης κλίμακας.

10. Διάρθρωση εξόδων

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν κατά κανόνα υψηλά σταθερά έξοδα, ενώ αντίθετα έχουν χαμηλά μεταβλητά έξοδα.

Λειτουργίες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

· Εμπορική λειτουργία:

Περιλαμβάνει τις εργασίες και αρμοδιότητες που σχετίζονται με τον εφοδιασμό και τη διάθεση. Δηλαδή εστιατόριο, κάβα (μπουφές), μπαρ και λοιπές εμπορικές εκμεταλλεύσεις.

· Τεχνική λειτουργία:

Εμπεριέχονται οι διαδικασίες παραγωγής ετοιμών αγαθών για κατανάλωση (φαγητά, ροφήματα, γλυκά, καθάρισμα και πλύσιμο ρούχων των πελατών, κ.λ.π.).

· Λειτουργία ασφάλειας και συντήρησης των κτιρίων κ.λ.π.

Η λειτουργία αυτή είναι απαραίτητη και πολύ σημαντική να υπάρχει σε όλα τα ξενοδοχεία. Οι ξένοι και το προσωπικό της επιχείρησης είναι πολύ σημαντικό να γνωρίζουν ότι υπάρχει ασφάλεια από διάφορους κινδύνους (πχ πυρκαγιά, κλοπές) και στην ίδια την επιχείρηση, έτσι ώστε να συντηρεί και να προστατεύει την περιουσία της.

· Διοικητική λειτουργία

Είναι η βάση όλων των λειτουργιών καθώς ασχολείται με τον συντονισμό, την εποπτεία και τον έλεγχο των υπηρεσιών της επιχείρησης. Κατευθύνει τις δραστηριότητες, κατανέμει το προσωπικό, καθορίζει την αμοιβή των εργαζομένων και αποφασίζει για την λύση των προβλημάτων που δημιουργούνται.

· Οικονομική λειτουργία

Όπως σε κάθε οικονομική μονάδα χρειάζεται κεφάλαιο, για την ίδρυση της και λειτουργία της, έτσι και στην ξενοδοχειακή. Επομένως, η οικονομική λειτουργία ασχολείται με την εξεύρεση, διακίνηση και διαχείριση κεφαλαίων.

· Λογιστική λειτουργία

Ο επιχειρηματίας παρακολουθώντας :

- Την περιουσιακή κατάσταση
- Τις μεταβολές των περιουσιακών στοιχείων
- τα αποτελέσματα από κάθε κλάδο εκμετάλλευσης

Με την βοήθεια του λογιστηρίου, θα διαπιστώσει αν η επιχείρηση βρίσκεται σε ανοδική, στάσιμη ή καθοδική πορεία.

- **Ελεγκτική λειτουργία**

Η λειτουργία αυτή ελέγχει τα αναλώσιμα υλικά (τρόφιμα, ποτά, λαχανικά, κλπ), τις υπηρεσίες, την κατανάλωση ειδών καθορισμού και καυσίμων, τα έσοδα απ' τους διαφόρους κλάδους της εκμετάλλευσης και την αποδοτικότητα των υπαλλήλων που εργάζονται.

2.8 Προβλήματα ξενοδοχειακής λογιστικής

Η οργάνωση της λογιστικής λειτουργίας παρουσιάζει πολλά ειδικά προβλήματα όπως :

- **Η παράλληλη λειτουργία πολλών κλάδων εκμετάλλευσης**

Δημιουργεί πρόβλημα στο διαχωρισμό των εσόδων και εξόδων ανά κλάδο

Παράδειγμα:

Όταν ο πελάτης κάνει μια συμφωνία με το ξενοδοχείο όπου θα διαμείνει, ο λογιστής του ξενοδοχείου πρέπει να είναι σε θέση ώστε να διαχωρίσει τα έσοδα μεταξύ τους. Αντίστοιχα και τα έξοδα (μισθοδοσία, συντηρητές).

- **Επιβάλλεται η ταχυτάτη και σωστή καταχώρηση των οικονομικών γεγονότων και καταναλώσεων στο λογαριασμό του πελάτη**

Όσο πιο άμεση είναι η ενημέρωση των οικονομικών γεγονότων στους λογαριασμούς της επιχείρησης, τόσο μικραίνει η πιθανότητα να μην εισπραχθεί το πραγματικό χρεωστικό υπόλοιπο του. Επίσης η αμεσότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών έχει καθοριστικό ρόλο για την εικόνα της επιχείρησης, καθώς και σεβασμό προς τον πελάτη.

- **Η ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι εντάσεως παγίων στοιχείων**

Συνεπώς, οι αποσβέσεις είναι υψηλές και ανάλογα με κάποια κριτήρια οι επιμέρους κλάδοι εκμεταλλεύσεις θα πρέπει να μεριστούν σωστά.

- **Η κοστολόγηση προσφερόμενων υπηρεσιών και υλικών αγαθών**

Παρουσιάζει πολύ μεγάλες δυσχέρειες. Τις περισσότερες φορές η κοστολόγηση γίνεται με εμπειρικό εξωλογιστικό τρόπο. Η τελική τιμή προσφοράς θα προσδιορισθεί από τα περιθώρια κέρδους που επιτρέπει ο νόμος, ανάλογα με την κατηγορία που εντάσσεται το ξενοδοχείο, αλλά και λαμβάνοντας υπόψη τις συνθήκες που γίνεται ο ανταγωνισμός στον κλάδο.

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση για να τιμολογήσει τις υπηρεσίες τις υψηλότερα απ' τις ανταγωνιστικές τιμές εξαρτάται απ' το πόσο διαφοροποιημένες είναι οι υπηρεσίες που

προσφέρει σε σχέση με τις άλλες ανταγωνιστικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Έτσι, παίρνει το ρίσκο μεγαλύτερης επιτυχίας.

· Κλιμάκωση τιμών του ίδιου προϊόντος

Ανάλογα με τις απαιτήσεις του πελάτη -καταναλωτή διαφοροποιείται η τιμή ενός προϊόντος .

Οι απαιτήσεις του πελάτη είναι η γεύση, η παρουσίαση, η εξυπηρέτηση, η ατμόσφαιρα, το περιβάλλον, η τιμή κλπ. Το πρόβλημα που αντιμετωπίζει το λογιστήριο είναι ο προσδιορισμός διαφορετικών τιμών στο ίδιο προϊόν σε σχέση με την επιμέρους εκμετάλλευση του ξενοδοχείου που θα γίνει η κατανάλωση.

2.9 Συντελεστές δράσης ξενοδοχείων

Για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών συντελούν κάποιοι παραγωγικοί συντελεστές (γη-έδαφος, εργασία, κεφάλαιο) οι οποίοι όπως και σε όλους τους οικονομικούς οργανισμούς έτσι και στα ξενοδοχεία συνδυάζονται και αποβλέπουν στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

1. Συντελεστής Γη- Έδαφος

Είναι όλα όσα προέρχονται από την φύση και είναι απαραίτητα για την παραγωγική διαδικασία. Στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ο συντελεστής γη-έδαφος είναι πολύ σημαντικός γιατί ο τόπος εγκατάστασης πρέπει να είναι σε ιδιαίτερη πλεονεκτική γεωγραφική θέση ώστε να προσελκύει τους πελάτες- καταναλωτές με την ποιότητα της θέας και της φυσικής ομορφιάς γύρω από αυτό.

Ένα εξίσου σημαντικό για τον τόπο εγκατάστασης του ξενοδοχείου είναι η μελέτη διάφορων φυσικών στοιχείων όπως είναι το φυσικό περιβάλλον, οι κλιματολογικές συνθήκες, η πολιτιστική κληρονομιά, τα οικονομικά κίνητρα καθώς και η υποδομή.

Αξίζει να σημειωθεί μία μικρή διαφορά ανάμεσα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες που είναι ότι στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ο τόπος εγκατάστασης ταυτίζεται με τον τόπο στον οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες ενώ στις υπόλοιπες επιχειρήσεις ο τόπος παραγωγής είναι διαφορετικός από τον τόπο διάθεσης.

2. Συντελεστής Εργασία

Περιλαμβάνει κάθε καταβολή ανθρώπινης προσπάθειας, είτε πνευματικής είτε σωματικής με σκοπό την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Για την ομαλή λειτουργία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και γενικά όλων των επιχειρήσεων παραγωγής υπηρεσιών κατέχει καθοριστικό ρόλο ο συντελεστής εργασία. Κατά κύρια βάση το ξενοδοχείο παρέχει υπηρεσίες στις οποίες είναι απαραίτητη η σωστή και ομαλή λειτουργία του εργατικού δυναμικού. Το εργατικό δυναμικό οφείλει να έχει τις κατάλληλες ικανότητες και την απαραίτητη μόρφωση έτσι ώστε να εξυπηρετεί τους πελάτες και να ικανοποιεί τις ανάγκες τους με τον καλύτερο τρόπο. Επιπλέον το προσωπικό πρέπει να εκπαιδεύεται σε τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να βελτιώνει την συμπεριφορά του διότι είναι αναγκαίο να φέρεται με ευγένεια στους καταναλωτές.

3. Συντελεστής Κεφάλαιο

Το κεφάλαιο είναι αποτέλεσμα παραγωγικής διαδικασίας, έχει παραχθεί από παραγωγικούς συντελεστές και μας εξυπηρετεί στο να παράγουμε αγαθά και υπηρεσίες χωρίς να ικανοποιούν άμεσα τις καταναλωτικές μας ανάγκες. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν ανάγκη να χρησιμοποιούν πολλά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία όπως για παράδειγμα είναι τα οικοπέδα, κτίρια έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός, τα οποία είναι απαραίτητα για την υλοποίηση των στόχων τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα το Πάγιο Ενεργητικό να είναι μεγαλύτερο από το Κυκλοφορούν Ενεργητικό.

2.10 Κατηγορίες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Οι ξενοδοχειακές μονάδες εκτός από ξενοδοχεία περιλαμβάνουν και άλλα είδη τουριστικών καταλυμάτων. Τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται ανάλογα με τις υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες καθώς και στην κτιριακή τους συγκρότηση.

1. **Ξενοδοχεία:** είναι επιχειρήσεις οι οποίες προσφέρουν διαμονή, τροφή και κάποιες επιπλέον εκμεταλλεύσεις όπως για παράδειγμα είναι εστιατόριο, μπαρ και αρκετά τμήματα ψυχαγωγίας όπως είναι το γυμναστήριο, γήπεδο γκολφ κλπ.
2. **Μοτέλ:** είναι εν μέρη όπως οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, αποτελούνται από ένα ή περισσότερα κτίρια, βρίσκονται συνήθως έξω από κατοικημένη περιοχή κοντά σε οδικές αφετηρίες και το μέγεθος τους είναι μικρότερο των ξενοδοχειακών μονάδων. Είναι αναγκαίο να παρέχουν χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων ενώ το χαρακτηριστικό που τα διαχωρίζει από τις ξενοδοχειακές μονάδες είναι το πρατήριο επισκευής αυτοκινήτων και εφοδιασμού καυσίμων.
3. **Πανδοχεία:** ονομάζονται τα καταλύματα τα οποία προσφέρουν διαμονή χωρίς όμως να πληρούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) ώστε να λειτουργούν σαν ξενοδοχεία.
4. **Μπανγκαλόους:** ονομάζεται ένα σύνολο μικρών δωματίων τα οποία προσφέρονται για διαμονή και συνήθως δεν περιλαμβάνουν άλλες εκμεταλλεύσεις.
5. **Κάμπινγκ:** είναι μία μεγάλη έκταση η οποία συνήθως βρίσκεται κοντά σε παραθαλάσσιες περιοχές και στο εσωτερικό της υπάρχει χώρος για τροχόσπιτα και για υπαίθριες σκηνές. Τα οργανωμένα κάμπινγκ περιλαμβάνουν τροχόσπιτα και οικήματα όπως είναι για παράδειγμα τα προκατασκευασμένα σπίτια τύπου προκάτ τα οποία ενοικιάζονται όπως είναι.
6. **Ξενώνες:** είναι δωμάτια τα οποία προσφέρονται προς ενοικίαση με την προϋπόθεση ότι υπάρχουν και κάποιοι χώροι που είναι κοινόχρηστοι.
7. **Επιπλωμένα δωμάτια:** είναι δωμάτια πλήρους επίπλωσης μέσα σε σπίτια τα οποία προσφέρονται προς ενοικίαση, έχουν ανεξάρτητη είσοδο και υπόκεινται σε έλεγχο από Υγειονομικές επιτροπές.
8. **Επιπλωμένα διαμερίσματα:** είναι ανεξάρτητα διαμερίσματα πλήρους επίπλωσης τα οποία διαθέτουν υπνοδωμάτιο, μπάνιο, και ενιαίο χώρο με καθιστικό και κουζίνα.

2.11 Διακρίσεις Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα ΠΔ 43/2002 που δημοσιεύτηκε στο Φύλλο Εφημερίδας Κυβερνήσεως ΦΕΚ το 2002 καθιερώθηκε ένα νέο σύστημα κατάταξης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες αστερών.

1. **Ξενοδοχεία με 1 αστέρι** είναι σχετικά μικρά ξενοδοχεία τα οποία διευθύνονται από τους ιδιοκτήτες, αποτελούνται από 2-4 ορόφους, βρίσκονται συνήθως σε κομβικά σημεία και κοντά σε Μέσα Μαζικής Μεταφοράς. Ο εξοπλισμός τους (έπιπλα και εγκαταστάσεις) είναι απλός και λιτός, δεν θεωρείται ακριβή η διαμονή σε τέτοιου είδους ξενοδοχεία επιπλέον δεν περιλαμβάνει εστιατόριο και άλλα είδη εκμετάλλευσης.
2. **Ξενοδοχεία 2 αστερών** πρόκειται για ξενοδοχεία μεσαίου μεγέθους τα οποία βρίσκονται σε ευνοϊκές τοποθεσίες. Ο εξοπλισμός τους δεν θεωρείται ιδιαίτερα ακριβός, τα δωμάτια περιλαμβάνουν τηλεόραση και τηλέφωνο ενώ αυτή η κατηγορία ξενοδοχείων δεν διαθέτει υπηρεσία δωματίου και γκρουμ.
3. **Ξενοδοχεία 3 αστερών** ονομάζονται τα ξενοδοχεία που διαθέτουν μεγάλους χώρους με ευρύχωρα και καλή αισθητική. Είναι εγκατεστημένα σε εμπορικές περιοχές ή κοντά σε τόπους που φημίζονται για τα αξιοθέατα τους. Επίσης περιλαμβάνουν εστιατόρια τα οποία προσφέρουν γεύματα καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας καθώς πισίνα, μπαρ και ειδικό χώρο στάθμευσης. Ακόμη έχουν την δυνατότητα διάθεσης υπηρεσίας δωματίου και γκρουμ.
4. **Ξενοδοχεία 4 αστερών** είναι ξενοδοχεία με αρκετά μεγάλο μέγεθος τα οποία διαθέτουν και χώρο υποδοχής συνήθως βρίσκονται κοντά σε άλλα ξενοδοχεία της ίδιας κατηγορίας. Το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρουν είναι μεγαλύτερο του μέσου όρου, τα δωμάτια είναι καλά εξοπλισμένα από έπιπλα και ηλεκτρικές συσκευές ενώ παράλληλα διατηρούν μια όμορφη αισθητική. Περιέχει ένα ή περισσότερα εστιατόρια, ρεσεψιόν, γκρουμ, τουλάχιστον μία πισίνα, γκαράζ, υπηρεσία παρκαδόρου και υπηρεσία δωματίου η οποία είναι διαθέσιμη ολόκληρο το 24ωρο.
5. **Ξενοδοχεία 5 αστερών** πρόκειται για υπερπολυτελείας ξενοδοχεία με μεγάλο χώρο υποδοχής, εκατοντάδες δωμάτια τα οποία είναι ευρύχωρα, εξοπλισμένα με έπιπλα σύγχρονης αισθητικής και συσκευές τελευταίας τεχνολογίας. Η τοποθεσία του ξενοδοχείου διαφέρει διότι είτε είναι απομακρυσμένα με ιδιαίτερη θέα είτε στο κέντρο της κάθε πόλης. Διαθέτουν θερμαινόμενες πισίνες συνήθως 1-3 εστιατόρια με εξαιρετικό μενού, σάουνα, σπά, γυμναστήριο καθώς επίσης υπάρχει δυνατότητα υπόγειου γκαράζ. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι γκρουμ, παρκαδόρος και υπηρεσία δωματίου ολόκληρο το 24ωρο.

Οι παραπάνω κατηγορίες αστερών αποτελούν χαρακτηριστικό διάκρισης των ξενοδοχείων στις αντίστοιχες κατηγορίες Α, Β, Γ, Δ, Ε.

1. Ξενοδοχεία 5 αστερών είναι τα Υπερπολυτελείας ξενοδοχεία.

2. Ξενοδοχεία 4 αστερών είναι τα Α' Κατηγορίας ξενοδοχεία.
3. Ξενοδοχεία 3 αστερών είναι τα Β' Κατηγορίας ξενοδοχεία.
4. Ξενοδοχεία 2 αστερών είναι τα Γ' Κατηγορίας ξενοδοχεία.
5. Ξενοδοχεία 1 αστερών είναι τα Δ' και Ε' Κατηγορίας ξενοδοχεία.

Τα ξενοδοχεία κατά την ίδρυση τους κατατάσσονται σε κατηγορίες αστερών από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού με βάση τα ακόλουθα κριτήρια

1. **Ανάλογα με το κτίριο, το μέγεθος του κτιρίου:** την ποιότητα των υλικών κατασκευής, τους χώρους υποδοχής και πελατών, τις διαστάσεις που έχουν τα υπνοδωμάτια, τους χώρους του εστιατορίου, τις επενδύσεις των τοίχων, των δαπέδων, των οροφών και γενικά τον εξοπλισμό των λουτρών και των βοηθητικών χώρων, όλα αυτά λαμβάνουν χώρα κατά την κρίση της Υπηρεσίας στην ένταξη του ξενοδοχείου.
2. **Ο εξοπλισμός και η επίπλωση:** η επίπλωση των υπνοδωματίων σε κρεβάτια, πολυθρόνες, φωτιστικά και λοιπά έπιπλα. Επιπλέον η επίπλωση των καθιστικών, των εστιατορίων, του κυλικείου, του μπαρ και των υπολοίπων εκμεταλλεύσεων που μπορεί να διαθέτουν συμβάλουν και αυτά στην απόφαση.
3. **Η ποσότητα και η ποιότητα γενικά του εξοπλισμού** σε κρεβάτια και σε σκευή των δωματίων, των εστιατορίων, και των άλλων εκμεταλλεύσεων.
4. **Η ύπαρξη κλιματισμού, πισίνας, αιθουσών, ψυχαγωγίας κλπ** αποτελούν και αυτά στοιχεία για την ένταξη σε κατηγορία αστερών.

Με βάση το Προεδρικό Διάταγμα ΠΔ 43/2002 οι κατηγορίες αυτές εφαρμόζονται στα εξής ξενοδοχεία:

1. **Ξενοδοχεία κλασικού τύπου** είναι ξενοδοχεία που περιλαμβάνουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών, διαθέτουν τουλάχιστον 10 υπνοδωμάτια και επιπλέον διαθέτουν βοηθητικούς χώρους. Τα ξενοδοχεία κλασικού τύπου διακρίνονται σε 5 κατηγορίες αστερών και κατατάσσονται σε αυτά με βάση τις υπηρεσίες που προσφέρουν σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.
2. **Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ** είναι ξενοδοχεία που περιλαμβάνουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών διαθέτουν επίσης βοηθητικούς χώρους. Τα ξενοδοχεία τύπου μοτέλ διακρίνονται σε 2 κατηγορίες αστερών : 3 αστερών και 4 αστερών τα οποία ανάλογα με τις εκμεταλλεύσεις που παρέχουν κατατάσσονται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού σε κατηγορίες αστερών.
3. **Ξενοδοχεία τύπου δωμάτια επιπλωμένα** είναι ξενοδοχεία τα οποία διαθέτουν κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής πελατών και βοηθητικούς χώρους. Τα ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένα δωμάτια διαχωρίζονται σε 5 κατηγορίες αστερών όπου και εδώ διακρίνονται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.
4. **Ξενοδοχεία μικτού τύπου** είναι τα ξενοδοχεία κλασικού τύπου και τα ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων δωματίων. Σε αυτή την κατηγορία τα ξενοδοχεία διαθέτουν κοινόχρηστους χώρους, χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής

πελατών. Επίσης διαθέτει ειδική υπηρεσία που είναι υπεύθυνη για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών, επιπλέον πρέπει να έχει τουλάχιστον 300 κλίνες. Τα ξενοδοχεία αυτής της κατηγορίας κατατάσσονται σε 2 κατηγορίες, 4 αστέρων και 5 αστέρων.

Εκτός από την διάκριση των ξενοδοχείων σε κατηγορίες υπάρχουν και άλλοι τύποι διάκρισης όπως :

Ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρουν:

1. **Απλά** είναι τα ξενοδοχεία που προσφέρουν στο κοινό μόνο ύπνο, καμιά άλλη δραστηριότητα ή εκμετάλλευση.
2. **Σύνθετα** είναι τα ξενοδοχεία τα οποία εκτός από ύπνο προσφέρουν και φαγητό.
3. **Πολυσύνθετα** είναι τα ξενοδοχεία τα οποία προσφέρουν ύπνο, φαγητό και πολλές ακόμα δραστηριότητες όπως χώρους για άθληση, κέντρα διασκέδασης, σάουνα, σπά κλπ.

Ανάλογα με το πού έχουν τις εγκαταστάσεις τους:

1. **Αστικά** εφόσον βρίσκονται κοντά στο κέντρο της κάθε πόλης.
2. **Ορεινά** εφόσον βρίσκονται σε ορεινές περιοχές. Σε αυτή την κατηγορία τα ξενοδοχεία έχουν περισσότερη ζήτηση τους χειμερινούς μήνες.
3. **Παραθαλάσσια** εφόσον βρίσκονται κοντά σε παραθαλάσσιες περιοχές. Σε αυτή την κατηγορία τα ξενοδοχεία έχουν περισσότερη ζήτηση τους καλοκαιρινούς μήνες διότι οι περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν να καταφεύγουν για τις διακοπές σε τέτοιου είδους ξενοδοχεία το καλοκαίρι καθώς μπορούν να απολαμβάνουν τις όμορφες παραλίες που διαθέτει η Ελλάδα.
4. **Ιαματικών πηγών** εφόσον βρίσκονται κοντά σε Ιαματικές πηγές.

Ανάλογα με την διάρκεια λειτουργίας τους:

1. **Λειτουργία καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.** Τα περισσότερα ξενοδοχεία λειτουργούν όλο το χρόνο αλλά λόγω της τουριστικής ζήτησης δεν είναι πάντα πλήρης όσων αφορά την πληρότητα τους.
2. **Λειτουργία εποχιακή.** Τα ξενοδοχεία εδώ λειτουργούν μερικούς μήνες και όχι όλο το χρόνο, αυτό συμβαίνει γιατί κάποιες περιοχές μπορεί να μην έχουν τουριστική ζήτηση όλο το χρόνο με αποτέλεσμα να μην καλύπτεται το κόστος για την λειτουργία του ξενοδοχείου.

Ανάλογα με την νομική τους μορφή:

1. Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διακρίνονται σε **Ατομικές επιχειρήσεις, Ομόρρυθμες Εταιρίες, Ετερόρρυθμες Εταιρίες, Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης και Ανώνυμες Εταιρίες.** Με βάση την μορφή τους οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τηρούσαν και τα αντίστοιχα βιβλία που προέβλεπε ο Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων. Το τελευταίο χρονικό διάστημα στην Ελλάδα με τις συνεχείς αλλαγές στην φορολογία των νομικών μορφών έχει δημιουργηθεί δυσχέρεια, διότι παράλληλα έχει αυξηθεί και το κόστος λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα παρόλο που υπήρχαν προγράμματα χρηματοδότησης από τον αναπτυξιακό νόμο να δημιουργούνται αναγκαστικά επιχειρήσεις με μορφή Ανώνυμης Εταιρίας διότι δεν είναι τόσο δαπανηρή όσο οι υπόλοιπες μορφές. Επιπλέον όσες επιχειρήσεις ξενοδοχειακές ήταν Ομόρρυθμες Εταιρίες

μετατράπηκαν σε Ατομικές Επιχειρήσεις γιατί έχει αυξηθεί κατά πολύ ο συντελεστής φορολόγησης.

Ανάλογα με την οικονομική τους μορφή:

1. **Ατομικές επιχειρήσεις** είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες ιδρύονται και διοικούνται από τον ιδιοκτήτη τους, επίσης οι ιδιοκτήτες είναι υπεύθυνοι για τις αποφάσεις που καλούνται να πάρουν και ευθύνονται εις' ολόκληρων για αυτές.
2. **Εταιρικές επιχειρήσεις** είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες ιδρύονται από δύο ή περισσότερα άτομα είτε φυσικά είτε νομικά και έχουν ως αποτέλεσμα την επίτευξη κέρδους. Σε αυτή τη μορφή οι αποφάσεις παίρνονται από όλους τους εταίρους και το μερίδιο του καθενός βγαίνει ανάλογα με το τι έχει εισφέρει στην σύσταση της επιχείρησης.

Ανάλογα με το μέγεθός τους:

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις διακρίνονται σε 3 κατηγορίες με βάση το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος. Αξίζει να σημειωθεί όμως ότι το μέγεθος δεν έχει καμία σχέση με την κατάταξη των ξενοδοχείων σε αστέρια, τα ξενοδοχεία είτε μικρά είτε μεσαία είτε μεγάλα διακρίνονται σε αστέρια ανάλογα με τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες που προσφέρουν στους πελάτες από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.

1. **Μικρά ξενοδοχεία** είναι οι οντότητες που διαθέτουν λιγότερο από 100 δωμάτια. Το μεγαλύτερο ποσοστό ξενοδοχείων στην Ελλάδα βρίσκεται σε αυτή την κατηγορία, είναι 2 αστέρων και δεν ξεπερνούν το ποσοστό τον 60,6%. Σε αυτή την κατηγορία η διανυκτέρευση δεν κοστίζει πολύ ακριβά αλλά δεν διαθέτει όμως και πολλές εκμεταλλεύσεις.
2. **Μεσαία ξενοδοχεία** είναι οι οντότητες που διαθέτουν από 100 έως 300 δωμάτια. Σε αυτή την κατηγορία διαπιστώνουμε ότι στην Ελλάδα υπάρχουν αρκετά ξενοδοχεία τα οποία είναι 3 αστέρων και αγγίζουν το ποσοστό των 36%, 4 αστέρων με ποσοστό 12% και 5 αστέρων με ποσοστό 0,6%.
3. **Μεγάλα ξενοδοχεία** είναι οι οντότητες που διαθέτουν από 300 δωμάτια και πάνω. Σε αυτή την κατηγορία τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα δεν έχουν αρκετά υψηλό ποσοστό και όσα υπάρχουν είναι Γ' κατηγορίας.

2.12 Προγράμματα ΕΣΠΑ για την δημιουργία ξενοδοχείων

Η ανέγερση μίας ξενοδοχειακής εγκατάστασης για να υλοποιηθεί χρειάζεται να γίνουν μία σειρά από εργασίες. Πριν ξεκινήσουν οι ενέργειες πρέπει να γίνει μια έρευνα για την τοποθεσία που έχει επιλεγεί να εγκατασταθεί η μονάδα. Η τοποθεσία χρειάζεται να είναι ευνοϊκή για το ξενοδοχείο, δηλαδή το πρώτο πράγμα που κοιτάζει ο πελάτης είναι το πού έχει τις εγκαταστάσεις του, πως είναι η ατμόσφαιρα γύρο από αυτό, τι θέα έχει και αν βρίσκεται κοντά σε κάποιο αξιοθέατο. Κατά δεύτερο λόγο απαιτείται ένας προϋπολογισμός έτσι ώστε να εμφανιστεί το κόστος της ξενοδοχειακής μονάδας. Συνήθως το κόστος μιας τέτοιας μονάδας είναι αρκετά υψηλό και αυτό συμβαίνει γιατί απαιτούνται και χρησιμοποιούνται πάρα πολλοί παραγωγικοί συντελεστές που συμβάλλουν στην δημιουργία της. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο συμβαλλόμενος ή οι συμβαλλόμενοι να μην έχουν την οικονομική δυνατότητα και να χρειάζονται κάποια ενίσχυση από το Κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω των προγραμμάτων ΕΣΠΑ.

Για να εγκριθούν τα προγράμματα συγχρηματοδοτήσεις πρέπει να ισχύουν κάποιες προϋποθέσεις :

1. Οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να λειτουργούν με τις εξής μορφές: Επιχειρήσεις εμπορικού ή εταιρικού χαρακτήρα όπως είναι Ομόρρυθμες Εταιρίες, Ετερόρρυθμες Εταιρίες, Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης, Ανώνυμες Εταιρίες, Ατομικές Επιχειρήσεις, Ιδιωτικές Κεφαλαιουχικές Εταιρίες, Συνεταιρισμοί και Κοινωνικοί Συνεταιριστική Επιχείρηση του Νόμου 4019/2011.
2. Επιπλέον τα προγράμματα αυτά εκτός από οικονομική ενίσχυση νέων επιχειρήσεων εξυπηρετούν και επιχειρήσεις οι οποίες έχουν δημιουργηθεί αρκετά χρόνια πριν και αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες. Αν έχουν χρηματοδοτηθεί κατά την έναρξη τους ισχύει η παρακάτω προϋπόθεση η οποία είναι να μην ξεπερνά η χρηματοδότηση συνολικά τις 200.000€

Δαπάνες που καλύπτει η χρηματοδότηση

Οι επιχορηγήσεις αφορούν επιλεγμένες δαπάνες όπως είναι για παράδειγμα κτιριακές εργασίες, μηχανολογικός και λοιπός εξοπλισμός, πιστοποιητικά συστημάτων που διασφαλίζουν την ποιότητα και την περιβαλλοντική διαχείριση, λογισμικά και υπηρεσίες λογισμικού, εξοπλισμό και εγκαταστάσεις προστασίας περιβάλλοντος και εξοικονόμηση ενέργειας, κατοχύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, μισθολογικό κόστος εργαζομένων (υφιστάμενων ή πρόσληψη νέου προσωπικού), συμβουλευτικές υπηρεσίες και επιπλέον προβολή και προώθηση.

Ύψος προϋπολογισμού και καταβολή χρηματοδότησης

Ο προϋπολογισμός ανέρχεται στο 40% των δαπανών που έχουν επιλεγεί καθώς επίσης υπάρχει δυνατότητα προσαύξησης (+10%) σε περίπτωση που γίνει πρόσληψη νέου προσωπικού. Το ποσοστό διαμορφώνεται στο 50% και καταβάλλεται ως εξής:

1. Υπάρχει δυνατότητα προκαταβολής 40% του ύψους επιχορήγησης με ισόποση εγγυητική επιστολή.
2. Ανάλογα με την πορεία του έργου γίνονται ενδιάμεσες καταβολές.

Για να εγκριθεί η επιχορήγηση πρέπει το επενδυτικό σχέδιο να ολοκληρωθεί μέσα σε 24 μήνες και επίσης ο εξοπλισμός που θα αγοραστεί να είναι καινούργιος, και η χρησιμοποίησή τους να γίνει κατά την έναρξη της ξενοδοχειακής μονάδας.

Ένα ακόμα πρόγραμμα ενίσχυσης ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι τα προγράμματα που διεξάγονται από τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού ΟΑΕΔ όπου αναφέρονται κυρίως σε άτομα τα οποία δεν έχουν κάποια απασχόληση και είναι εγγεγραμμένοι ως άνεργοι.

Προϋποθέσεις που ισχύουν

Το ξενοδοχείο πρέπει να λειτουργεί με άδεια από τον ΕΟΤ και να έχει εποχιακή λειτουργία δηλαδή δεν πρέπει να λειτουργεί και να απασχολεί προσωπικό ολόκληρο το έτος παρά μόνο κάποιους μήνες το χρόνο.

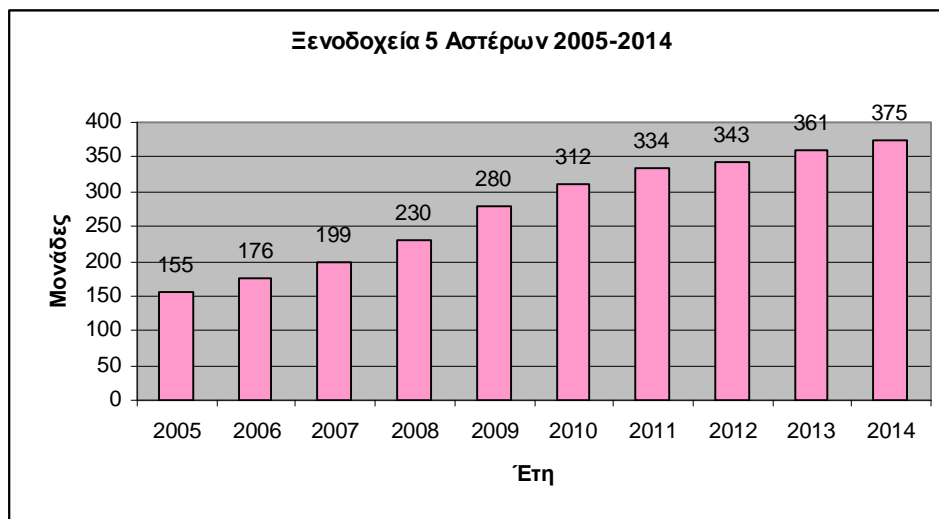
2.13 Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας από το 2005- 2014

Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2005-2014						
Έτος	5*****	4*****	3***	2**	1*	Σύνολο
2005	155	944	1712	4496	1729	9036
2006	176	994	1804	4460	1677	9111
2007	199	1048	1900	4403	1657	9207
2008	230	1102	2058	4387	1608	9385
2009	280	1164	2179	4368	1568	9559
2010	312	1234	2268	4349	1569	9732
2011	334	1234	2289	4274	1517	9648
2012	343	1245	2295	4268	1510	9661
2013	361	1277	2358	4203	1478	9677
2014	375	1298	2402	4198	1472	9745

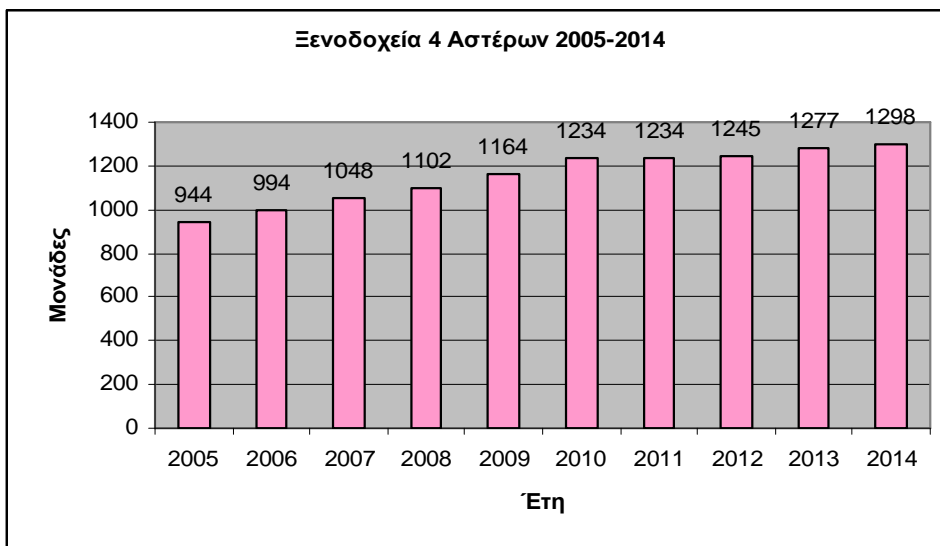
Πηγή Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Με βάση τον παραπάνω πίνακα το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας την τελευταία δεκαετία εμφανίζει μία σταδιακή ανοδική τάση όσο αφορά τα ξενοδοχεία 5 αστέρων, 4 αστέρων και 3 αστέρων. Το 2014 λειτούργησαν συνολικά σε ολόκληρη τη χώρα 9745 ξενοδοχειακές μονάδες ενώ το 2005 λειτούργησαν 9036. Αυτό σημαίνει ότι σε διάστημα 10 ετών δημιουργήθηκαν 709 νέα ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών. Πιο συγκεκριμένα ας εξετάσουμε τα ξενοδοχεία ανά κατηγορία αστέρων:

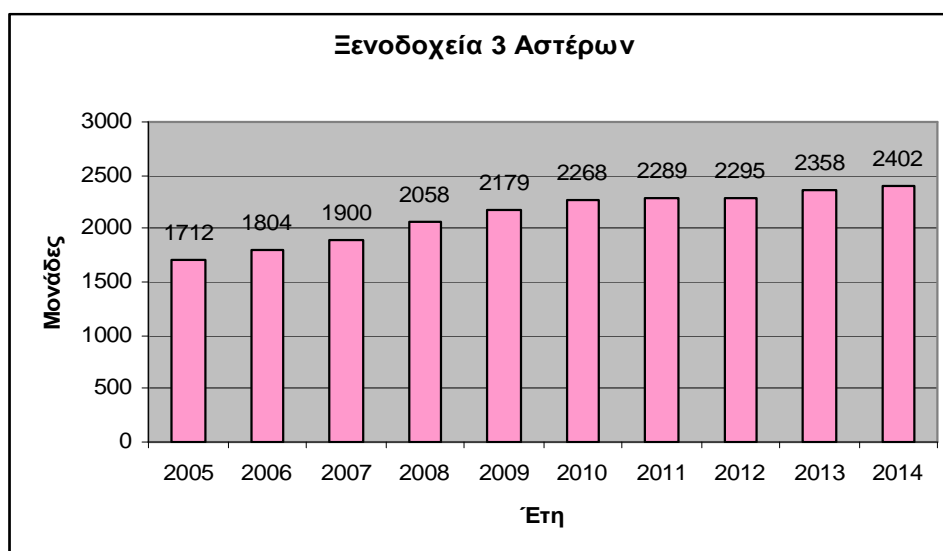
1. Τα ξενοδοχεία 5 αστέρων μέσα σε αυτό το διάστημα αυξήθηκαν με ποσοστό 58.6% δηλαδή από 155 που ήταν το 2005 δημιουργηθήκαν επιπλέον 220 ξενοδοχεία.



2. Τα ξενοδοχεία 4 αστέρων μέσα σε αυτό το διάστημα αυξήθηκαν κατά 27.28% δηλαδή από 944 που ήταν το 2004 αυξήθηκαν σε 1298 το 2014 ενώ το ποσοστό τους σε σχέση με το σύνολο των πέντε κατηγοριών είναι 13.32%

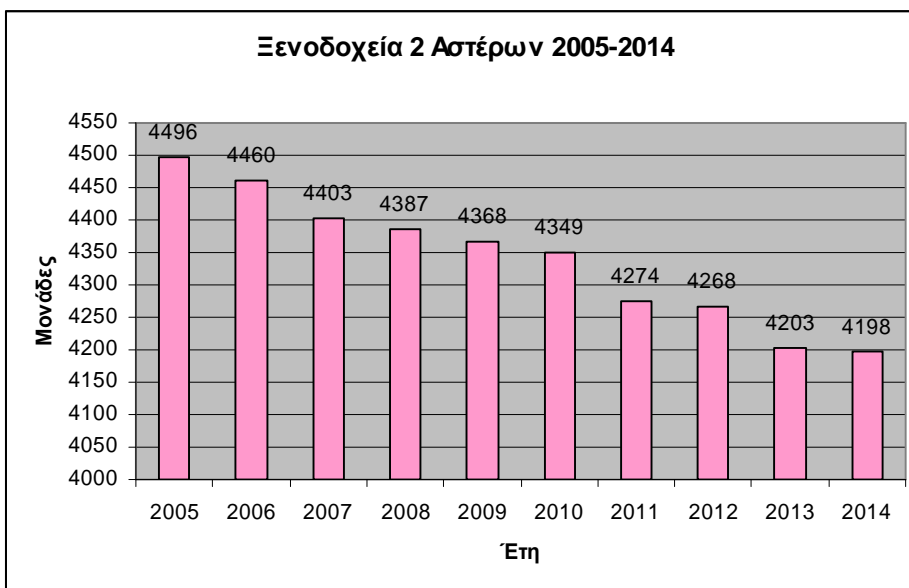


3. Τα ξενοδοχεία 3 αστέρων το 2005 ήταν 1712 ενώ το 2014 ήταν 2402 δηλαδή το ποσοστό αύξησης στους ήταν 28.73% και ως προς το σύνολο το μερίδιό τους είναι 24.65%

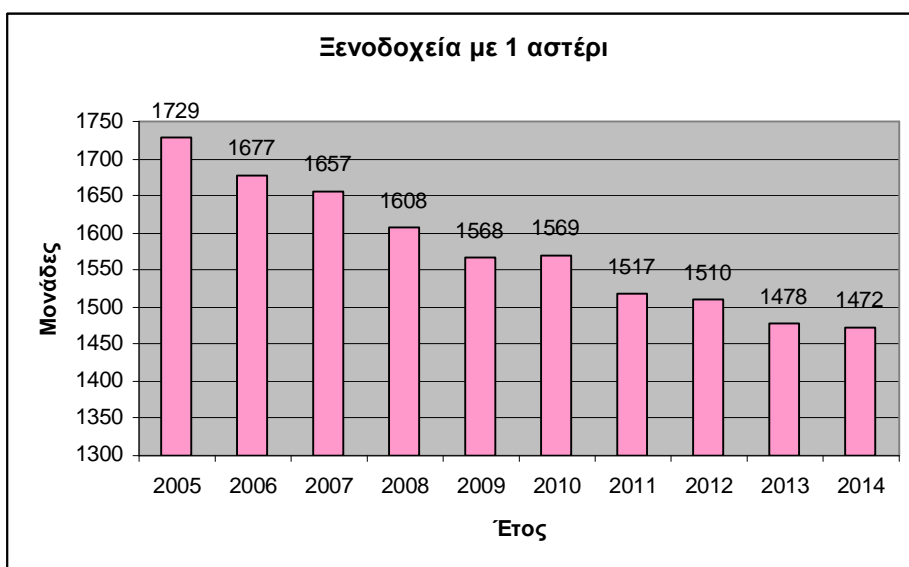


Οι δύο κατηγορίες ξενοδοχείων 2 και 1 αστέρων που έχουν απομείνει είναι εμφανές ότι μειώθηκαν κατά την διάρκεια της δεκαετίας.

1. Τα ξενοδοχεία 2 αστέρων μειώθηκαν κατά 218 με ποσοστό μείωσης 6.63%, όμως παρόλη την μείωσή τους εξακολουθούν να είναι τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα και κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο του συνόλου με ποσοστό 43.10 %.



2. Τα ξενοδοχεία με 1 αστέρι έχουν και αυτά μειωθεί, το ποσοστό μείωσης τους είναι 17.47% και ως προς το σύνολο έχουν μερίδιο 15.11%.



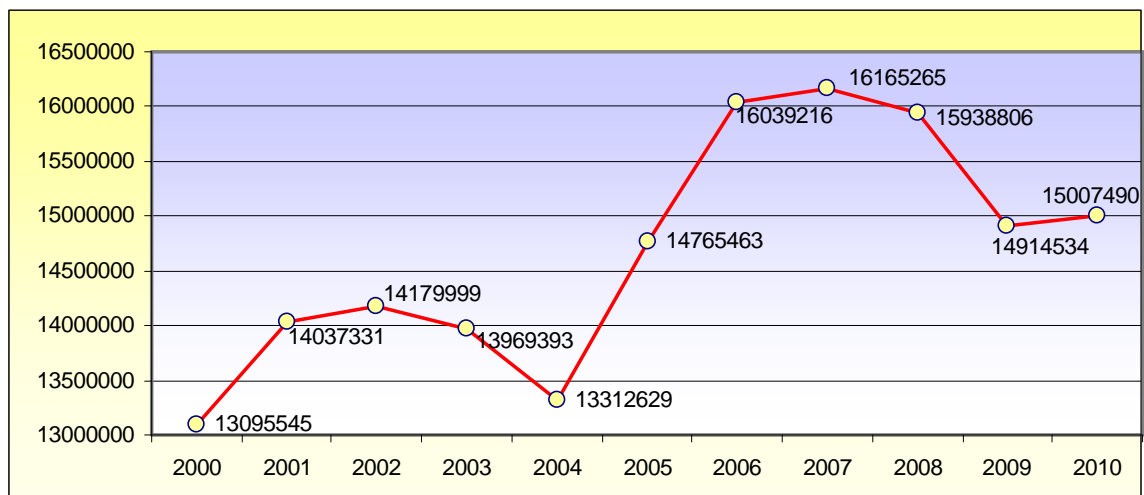
Μελέτη Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας 2001-2011

Με βάση την πρόσφατη μελέτη που διεξήχθη το 2011 από την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία ΕΛΣΤΑΤ κατά την δεκαετία 2001-2011 εμφανίστηκαν οι αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα αλλά και οι εισπράξεις ξένου νομίσματος.

Κατά την περίοδο 2002-2004 η Ελλάδα και οι περισσότερες χώρες παρουσίαζαν πτώση ως προς την εισροή τουριστών. Από το 2004 έως το 2007 οι αφίξεις άρχισαν να παίρνουν ανοδική πορεία, Αυτό δημιουργήθηκε λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων που διεξήχθησαν στην χώρα μας το 2004. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες έδωσαν την δυνατότητα στην Ελλάδα να γίνει γνωστή σε όλο τον κόσμο και να διαδοθεί η πολιτιστική της κληρονομιά, ωστόσο κατά την προετοιμασία των Αγώνων ο τουρισμός κορυφώθηκε αλλά αυτό κράτησε και τα επόμενα χρόνια.

Πιο συγκεκριμένα το 2005 η αύξηση ήταν 10.91%, το 2006 ήταν 8.63% και το 2007 ήταν 9.22%. Τα παραπάνω στοιχεία βασίστηκαν στην έρευνα που έγινε από το Υπουργείο Δημόσιας Τάξης το οποίο συμπεριέλαβε και τους αλλοδαπούς υπήκοους όπως για παράδειγμα είναι οι Αλβανοί. Η Ελλάδα το 2007 κατείχε την 16η θέση όσον αφορά τις παγκόσμιες αφίξεις τουριστών λόγω όμως της χρηματοπιστωτικής κρίσης που ξέσπασε στις ΗΠΑ το ίδιο έτος και επεκτάθηκε στις περισσότερες χώρες η Ελλάδα το 2008 είχε υποχωρήσει κατά μία μονάδα και την θέση της την είχε πάρει η Ταϊλάνδη.

Μετά το ξέσπασμα της κρίσης η Ελλάδα σε γενικές γραμμές διατηρούσε σταθερή τη θέση της αλλά άρχισε να δέχεται πιέσεις από την Τουρκία, την Ισπανία και την Ιταλία. Στην συνέχεια δεχόταν προκλήσεις, λόγω των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών και του ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Αυτό είχε ως συνέπεια να αναδεικνύονται νέοι τουριστικοί προορισμοί στις χώρες Τουρκίας, Βουλγαρίας, Κροατίας αλλά και σε άλλες μεσογειακές χώρες λόγω της προβολής νέων αξιώσεων του τουριστικού προϊόντος καθώς και ορισμένες παραμέτρους του μακροοικονομικού περιβάλλοντος όπως είναι η ισχυρή ισοτιμία του Ευρώ έναντι του Δολαρίου, αύξηση στην τιμή του πετρελαίου και η χρηματοπιστωτική κρίση. Ωστόσο είναι αναγκαίο η χώρα μας να βελτιώσει τη θέση της στη διεθνή τουριστική αγορά έτσι ώστε να γίνει πιο ανταγωνιστική.



Πηγή στοιχείων: ΕΛΣΤΑΤ 2000-2010

Από πλευράς εισπράξεων η χώρα μας κατά την περίοδο 2001-2008 παρουσίαζε μία ομαλή αύξηση κατά 0.6% πιο συγκεκριμένα από 6.9% που ήταν το 2001 ανέβηκε στο 7,5% το 2008 σε αυτή την αύξηση έλαβαν χώρα και οι Ολυμπιακοί Αγώνες που έγιναν το 2004 στην Αθήνα όπου λόγω της αύξησης των αφίξεων αυξήθηκαν και οι εισπράξεις του κράτους. Η αύξηση στην διάρκεια αυτή ήταν σταθερού ρυθμού 3.7% στο πραγματικό εισόδημα. Από το 2008 και ύστερα οι εισπράξεις δυσχεραίνονται λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης και σημειώνεται έντονη πτώση το 2009 με ποσοστό (-10.9%).

Επιπλέον η Ελλάδα εκεί που βρισκόταν στην 12η θέση το 2008, το επόμενο έτος 2009 έφτασε στην 15η θέση. Η πτώση όμως δεν σταμάτησε εκεί, αντίθετα συνεχίστηκε και το 2010 με αποτέλεσμα να πέσει η χώρα μας στην 21η θέση.

2.14 Οργάνωση και τμηματοποίηση στα ξενοδοχεία

Με τον όρο οργάνωση εννοούμε την ανάθεση ρόλων σ' ένα σύνολο ατόμων με σκοπό την επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου. Οι ρόλοι που καθορίζονται, αποτελούνται από

τους αντικειμενικούς στόχους καθώς και από τα καθήκοντα που αναλαμβάνονται στον κάθε ρόλο προσδιορισμένα με συγκεκριμένο βαθμό εξουσίας ανά άτομο.

Σε ένα ξενοδοχείο, για τη διασφάλιση της επιβίωσης και της ομαλής λειτουργίας του, πρέπει να λειτουργούν αρμονικά όλα τα επιμέρους όργανα που το συγκροτούν. Αυτό επιτυγχάνεται με τη σωστή οργάνωση του ξενοδοχείου, η οποία περιλαμβάνει σωστά δομημένους ρόλους. Συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες ενός ξενοδοχείου, χωρίζονται σε τμήματα όπου το κάθε τμήμα, αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση συγκεκριμένων στόχων. Στο κάθε τμήμα υπάρχει ένα διευθυντικό στέλεχος, που δίνει εντολές στα μέλη που το απαρτίζουν. Επίσης διαμορφώνεται η οργανωτική δομή στις θέσεις εργασίας που προκύπτει από την διάρθρωση των τμημάτων.

Στην οργανωτική δομή πρέπει να παρουσιάζονται οι ρόλοι, τα καθήκοντα και οι ευθύνες καθώς και τα δικαιώματα που αντιστοιχούν ανά άτομο, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η ομαλή λειτουργία των οργάνων του ξενοδοχείου, αποφεύγοντας καταστάσεις αβεβαιότητας συγκριτικά με τον ανατιθέμενο ρόλο. Επιπρόσθετα, θα πρέπει οι αποφάσεις αυτές του ξενοδοχείου να υποστηρίζονται από κάποιο δίκτυο.

Πάντως σε κάθε ξενοδοχειακή μονάδα παρατηρείται διαφορετικό μοντέλο οργάνωσης και αυτό συμβαίνει εξαιτίας ορισμένων παραγόντων, όπως είναι το μέγεθος, η στρατηγική, η περιοχή εγκατάστασης, ο χρόνος λειτουργίας κτλ.

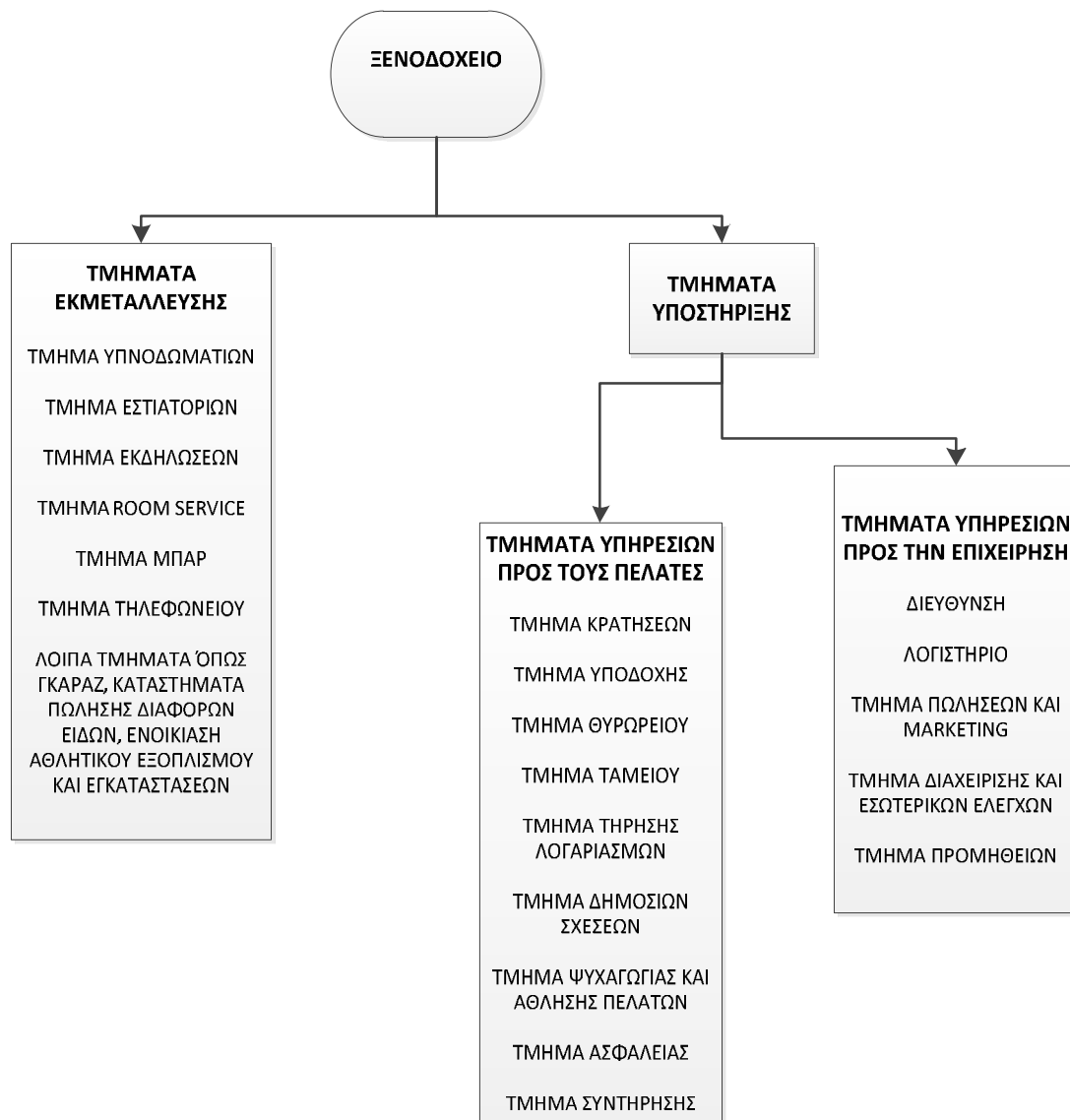
Σύμφωνα με τον Taylor στα σύγχρονα μεγάλα ξενοδοχεία ο καταμερισμός της εργασίας, συμβάλει στην αποτελεσματική λειτουργία ενός αριθμού τμημάτων και που το καθένα έχει διαφορετική ειδικευση, επιτυγχάνοντας την ικανοποίηση των αναγκών της πελατείας του και γενικότερα στην συνολική λειτουργία του ξενοδοχείου. Ο αριθμός των τμημάτων αυτών, διαφέρει από ξενοδοχείο σε ξενοδοχείο.

Τα τμήματα μπορούν να διαχωριστούν στα τμήματα εκμετάλλευσης, τα οποία δημιουργούν έσοδα (εστιατόριο, μπαρ) και στα τμήματα υποστήριξης, τα οποία υποστηρίζουν τις λειτουργίες των τμημάτων εκμετάλλευσης. Τα τμήματα υποστήριξης περιλαμβάνουν τα τμήματα εκείνα που λειτουργούν χωρίς να δημιουργούν έσοδα όπως το τμήμα υποδοχής, το τμήμα ασφαλείας, καθώς και τα απαραίτητα τμήματα για την διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας του ξενοδοχείου, της διεύθυνσης και του λογιστηρίου.

Υπάρχουν και τα λεγόμενα τμήματα μετώπου, τα οποία αποτελούνται από τα τμήματα με τους εργαζομένους, οι οποίοι έχουν άμεση επαφή με τον πελάτη. Αυτά είναι το τμήμα υποδοχής, των δημοσίων σχέσεων, της ψυχαγωγίας καθώς και όλα τα τμήματα εκμετάλλευσης πλην των υπνοδωματίων, το οποίο αποτελεί το βασικότερο τμήμα εκμετάλλευσης. Μπορούν επίσης να έρθουν σε επαφή οι πελάτες και με το τμήμα διεύθυνσης, με το μαγειρείο αλλά αυτό συμβαίνει σε σπάνιες περιπτώσεις.

Σε ορισμένα μικρά ξενοδοχεία λειτουργεί το τμήμα υπνοδωματίου, καθώς αυτά προσφέρουν μόνο δωμάτια, σε συνδυασμό με τα τμήματα υποστήριξης της υποδοχής, της διοίκησης, του λογιστηρίου. Αν στο ξενοδοχείο προσφέρεται πρωινό, λειτουργεί το τμήμα πρωινού και το τμήμα εφοδιασμού.

Γενικά το κάθε ξενοδοχείο αποτελείται από ένα σύνολο αλληλοεξαρτώμενων τμημάτων τα οποία εμφανίζονται στο οργανόγραμμά του και τα οποία αναπτύσσονται οριζόντια έχοντας το ένα με το άλλο διαφορετικά καθήκοντα. Κάθετα βλέπουμε την ιεράρχηση των τμημάτων, με το τμήμα που βρίσκεται χαμηλότερα από ένα άλλο, να εξαρτάται απ' αυτό. Ο συνδυασμός της οριζόντιας και της κάθετης ανάπτυξης οδηγούν την ξενοδοχειακή μονάδα στην μικρή ανάπτυξη, όπου φαίνεται η σχέση του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων.



Πηγή σύγγραμμα Κλαδική Λογιστική (Στυλιανή Ασβεστά, Γαρυφαλλιά Πετροπούλου) σελίδα 31

2.15 Τεχνικές που συμβάλλουν στην οργάνωση της ξενοδοχειακής μονάδας

Στρατηγικός σχεδιασμός: Για να είναι μια ξενοδοχειακή μονάδα σωστή, θα πρέπει να ελαχιστοποιούνται οι κίνδυνοι και να μεγιστοποιούνται οι ευκαιρίες ώστε να επιτυγχάνονται οι βραχυπρόθεσμοι ή μακροπρόθεσμοι στόχοι. Έτσι γίνεται βραχυπρόθεσμος ή μακροπρόθεσμος σχεδιασμός, με τον μακροπρόθεσμο να ονομάζεται στρατηγικός ο οποίος αφορά την μελλοντική πορεία της επιχείρησης και εστιάζεται στους πόρους που χρειάζονται για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και στον βραχυπρόθεσμο που ονομάζεται λειτουργικός και αφορά στα προγράμματα, τους προϋπολογισμούς και στις διαδικασίες των τμημάτων του ξενοδοχείου. Ο σχεδιασμός αποτελεί σημαντικό μέσο για την λειτουργία και την ανάπτυξη της επιχείρησης και αν τα αποτελέσματά του δεν είναι τα επιθυμητά, πρέπει να γίνει επανασχεδιασμός και οι διαδικασίες να επαναληφθούν.

Προγραμματισμός: Ο προγραμματισμός αφορά χρονοδιαγράμματα ενεργειών για την επίτευξη των αντικειμενικών στόχων. Περιλαμβάνουν όραμα για το πότε θα γίνει το πρόγραμμα, ποια θα είναι τα αποτελέσματα και για το ποιοι πόροι θα χρησιμοποιηθούν. Διακρίνεται σε μακροπρόθεσμο, μεσοπρόθεσμο και βραχυπρόθεσμο, με τους δύο πρώτους να ακολουθούν την τακτική των κυλιόμενων προγραμμάτων. Σ' αυτόν περιλαμβάνεται το επιχειρηματικό σχέδιο, η διαμόρφωση της δράσης των ξενοδοχειακών τμημάτων και η διαμόρφωση των προγραμμάτων για την παραγωγή. Για να είναι αποτελεσματικός πρέπει να τηρούνται τα χρονικά όρια, που έχει θέση και να μπορεί να τροποποιηθεί όταν οι συνθήκες το υπαγορεύουν.

Ο προγραμματισμός διαφέρει απ' τον σχεδιασμό γιατί ο προγραμματισμός αφορά στα υπάρχοντα προϊόντα και τις διαδικασίες της επιχείρησης, ενώ ο σχεδιασμός μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη, ή στην μείωση των δραστηριοτήτων της, στην εξαγορά ή την συγχώνευσή της και στην οριζόντια ή κάθετη ανάπτυξή της. Για να είναι αποτελεσματικός ο σχεδιασμός πρέπει να υπάρχει σωστή πληροφόρηση, για τις πραγματικές δυνατότητες της επιχείρησης η οποία ακολουθείται απ' την υλοποίηση του σχεδιασμού του προγραμματισμού, ώστε να γίνει προϋπολογισμός και να ξεκινήσει η εφαρμογή της. Κατά το πλείστον στα ελληνικά ξενοδοχεία δεν ακολουθούνται οι παραπάνω διαδικασίες αλλά οι αποφάσεις τους διαμορφώνονται από τις τάσεις της αγοράς, δηλαδή ακολουθούν τον τύπο της αναδύομενης πολιτικής, η οποία διαμορφώνεται κάτω από την πίεση της αγοράς. Αντίθετα στις ξενοδοχειακές αλυσίδες, έχουμε το φαινόμενο της επιβαλλόμενης στρατηγικής κατά την οποία, το κράτος ή η μητρική εταιρία επιβάλλουν τον στρατηγικό σχεδιασμό.

Προϋπολογισμός: Ο προϋπολογισμός είναι πρόγραμμα που αφορά στα έσοδα και στα έξοδα της ξενοδοχειακής μονάδας και δύναται να πραγματοποιηθεί σε συγκεκριμένο χρόνο. Ο προϋπολογισμός συντάσσεται κατά τμήμα και στο τέλος δίνεται για έγκριση απ' το διοικητικό συμβούλιο. Σκοπός του είναι να δουν την αποδοτικότητα της κάθε δραστηριότητας, για να κρίνουν αν η απόδοση είναι επαρκής ή όχι.

Έρευνα και συλλογή πληροφοριών: Για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι πολύ σημαντικό να μπορεί να διακρίνει πότε υπάρχουν ευκαιρίες που θα της προσφέρουν κέρδος στο μέλλον και να μπορεί να τις αξιοποιεί γνωρίζοντας τις συνθήκες αβεβαιότητας λόγω του μεγάλου ρίσκου. Αυτό γίνεται με τη σωστή έρευνα και την συλλογή πληροφοριών καθώς πολλές επιχειρήσεις έχουν ειδικευμένο προσωπικό που ασχολείται με την πρόβλεψη των μελλοντικών συνθηκών της αγοράς. Πάντα όμως υπάρχει και η πιθανότητα να γίνει λάθος στις προβλέψεις γι' αυτό έχει μεγάλη σημασία να εξασφαλίζονται σωστές επιλογές στο σήμερα.

Στρατηγικές κατευθύνσεις ξενοδοχείων: Ένα ξενοδοχείο μπορεί να ακολουθήσει δύο μορφές στρατηγικών κατευθύνσεων οι οποίες είναι η στρατηγική του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και η στρατηγική του επιχειρηματικού προσδιορισμού. Με την πρώτη στρατηγική εξασφαλίζεται η διαφοροποίηση του ξενοδοχείου απ' τους ανταγωνιστές του ενώ η στρατηγική επιχειρηματικού σχεδιασμού, διακρίνεται σε α) στρατηγική σταθερότητας, με την οποία αποφεύγονται οι αλλαγές επειδή οι υφιστάμενοι θεωρούν ότι το επίπεδο της επιχείρησης είναι καλό, β) στρατηγική ανάπτυξης όπου το ξενοδοχείο αυξάνει τις δραστηριότητές του, γ) στρατηγική αναδίπλωσης, όπου η επιχείρηση εξαιτίας κακών χειρισμών προσπαθεί για την ανατροπή της αρνητικής κατάστασης, δ) στρατηγική διεθνοποίησης, όπου η επιχείρηση κάνει επενδύσεις και σε άλλες χώρες, ε) στρατηγική εξαγορών και συγχωνεύσεις όπου το ξενοδοχείο προβαίνει σε οικονομικές συμφωνίες με

άλλους οικονομικούς οργανισμούς και στ) στρατηγική ηγεσίας όπου η επιχείρηση βρίσκεται κοντά στη διεκδίκηση του μεγαλύτερου κομματιού της αγοράς.

Η πιο σημαντική για τις αυτόνομες τουριστικές μονάδες θεωρείται η στρατηγική ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Εφόσον λοιπόν έχει γίνει η στρατηγική οργάνωση, το ξενοδοχείο μπορεί να επιλέξει την στρατηγική ανάπτυξής του. Αν η στρατηγική που θα επιλεγθεί είναι εκείνη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, προσεγγίζεται με τρεις τρόπους. **α) στρατηγική χαμηλού κόστους, β) στρατηγική διαφοροποίησης προϊόντων, γ) στρατηγική εστίασης.**

Α) Η στρατηγική του ελάχιστου κόστους σημαίνει να λειτουργεί η επιχείρηση με το χαμηλότερο δυνατόν κόστος και όταν αξιοποιηθεί η στρατηγική αυτή μπορεί να οδηγήσει: α) στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προσφοράς προϊόντων με χαμηλές τιμές στους πελάτες σε σχέση με αυτές του ανταγωνισμού και εφαρμόζεται από ξενοδοχεία που έχουν μεγάλη δυναμικότητα. Όταν το ξενοδοχείο έχει τη δυνατότητα να παράγει με χαμηλό κόστος σε σχέση με τον ανταγωνισμό τότε η στρατηγική αυτή γίνεται πιο αποδοτική. β) στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προσφοράς υψηλών προμηθειών στα τουριστικά γραφεία ή σε άλλους μεσάζοντες.

Σε κάθε περίπτωση όταν επιλέγεται η στρατηγική χαμηλού κόστους, πρέπει το ξενοδοχείο να απαρτίζεται από το πλέον ικανό προσωπικό και να δίνεται βαρύτητα στο τμήμα προμηθειών και στις επενδύσεις σε αποθηκευτικούς χώρους.

Β) Η στρατηγική διαφοροποίησης προϊόντων αφορά στην παραγωγή και προώθηση αγαθών και υπηρεσιών τα οποία δεν προσφέρονται στις συγκεκριμένες ποιότητες και ποσότητες στην ανταγωνιστική αγορά. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να συμμετέχουν στις αποφάσεις ώστε να αξιοποιούνται οι καινοτόμες ιδέες τους. Τα τμήματα θα πρέπει μεταξύ τους να συνεργάζονται ώστε να προτείνουν καινοτόμες ιδέες, για να είναι επιτυχής η στρατηγική αυτή.

Γ) Μια ξενοδοχειακή μονάδα, σύμφωνα με το marketing θα πρέπει να προσελκύει η ίδια τους πελάτες της, έτσι ώστε να γνωρίζει τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους, να επικοινωνεί αποτελεσματικά μαζί τους, διευκολύνοντάς την να τους προσφέρει το προϊόν που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Όμως επειδή η ποιότητα του προϊόντος διαφέρει από πελάτη σε πελάτη, η προσέλκυση του πελάτη μειώνει την ποιότητα του προϊόντος. Αν η ξενοδοχειακή μονάδα δεν μπορεί εύκολα να βρει τους πελάτες της, τότε θα πρέπει να προβεί σε τεχνικές που ενισχύουν και διευκολύνουν την επικοινωνία μαζί τους, όπως είναι η τεχνική της διαφήμισης.

Στρατηγικός σχεδιασμός τμημάτων: Σ' ένα ξενοδοχείο τα τμήματα που το απαρτίζουν έχουν τις δικές τους αρμοδιότητες και στόχους που μερικές φορές έρχονται σε αντίθεση μεταξύ τους. Για παράδειγμα το τμήμα του μπαρ θέλει να παρασκευάσει ποιοτικά σνακ και cocktails όμως το τμήμα προμηθειών θέλει να έχει μείωση του κόστους, άρα θέλει να αγοράζει πρώτες ύλες με χαμηλό κόστος. Η στρατηγική σ' αυτές τις περιπτώσεις είναι να βρίσκεται μια κοινή κατεύθυνση να συμφωνούν οι στόχοι και οι αρμοδιότητες του κάθε τμήματος. Ο προγραμματισμός για το πώς θα δράσουν τα τμήματα του ξενοδοχείου, έχει τρεις κατευθύνσεις:

1. **Την βέλτιστη κατανομή των αναγκών που αφορούν το κάθε τμήμα.** Για παράδειγμα το τμήμα υπνοδοματίων μπορεί να παρέχει κλιματιστικά, τηλεοράσεις και internet για να ικανοποιήσει τις ανάγκες του εκάστοτε πελάτη.
2. **Αποτελεσματικότερη παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες.** Για παράδειγμα μπορεί να γίνει προσθήκη επιπλέον κρεβατιού στο δωμάτιο, ή να υπάρχουν περισσότερες επιλογές δωματίων όπως για οικογένειες ή σουίτες.

3. **Οι ικανότητες που είναι διαθέσιμες.** Για παράδειγμα μπορεί να παραχωρηθεί ένα δωμάτιο σε πελάτη, με θέα, να έχει room service όποτε το επιθυμεί, ή πρωινό στο δωμάτιο.

2.16 Τμήματα και υπηρεσίες

Όπως αναφέραμε σε προηγούμενη παράγραφο (με τις τμηματοποιήσεις μιας ξενοδοχειακής μονάδας), μια ξενοδοχειακή μονάδα χωρίζεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες τμημάτων. Στα τμήματα εκμετάλλευσης. Τα οποία είναι εκείνα που έρχονται σ' επαφή με τα έσοδα και στα τμήματα υποστήριξης, τα οποία υποστηρίζουν τις λειτουργίες των τμημάτων εκμετάλλευσης. Τα δύο αυτά τμήματα περιλαμβάνουν ένα εύρος τμημάτων που θα περιγραφούν παρακάτω.

Τμήμα διαχείρισης δωματίων: Το τμήμα αυτό υπάρχει μόνο σε μεγάλα ξενοδοχεία και έχει ως αρμοδιότητα τον συντονισμό των τμημάτων υποδοχής, ορόφων, συντήρησης και ασφάλειας που περιλαμβάνονται σ' αυτό. Αν το τμήμα διαχείρισης δωματίων συσχετιστεί με το τμήμα food and beverages, τότε τα δύο αυτά τμήματα, καλύπτουν όλο το εύρος του ξενοδοχειακού προϊόντος.

Τμήμα υποδοχής: Το τμήμα υποδοχής, που περιλαμβάνει το τμήμα κρατήσεων, θυρωρείου, τηλεφωνείου και ταμείου και που διαχειρίζεται τα υπνοδωμάτια, συντονίζει τις ενέργειες και την λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας με βάση τους πελάτες της. Στις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες συναντάμε μόνο το τμήμα υποδοχής χωρίς τις υποκατηγορίες του, με το τμήμα αυτό να διαχειρίζεται από μόνο έναν υπάλληλο, τον υπάλληλο υποδοχής. Όπως και να έχει, το τμήμα αυτό που βρίσκεται κοντά στην είσοδο του ξενοδοχείου (ώστε να ελέγχει όλες τις εισόδους και εξόδους), περιλαμβάνει πολλές απαραίτητες εργασίες όπως η υποδοχή των πελατών, η τακτοποίησή τους, τις ημερήσιες κρατήσεις δωματίων, την συμπλήρωση της φόρμας στο πρόγραμμα διαχείρισης της ξενοδοχειακής μονάδας, ώστε να αρχίσουν να ισχύουν οι χρεώσεις του κάθε πελάτη, αναφορικά με την διαμονή ή τις υπηρεσίες που του παρέχονται. Επιπλέον είναι το τμήμα που θα δώσει τα κλειδιά στον κάθε πελάτη, επιτρέποντάς του την διαμονή, θα δώσει στους πελάτες που επιθυμούν συνάλλαγμα και θα εισπράξει τα χρήματα κατά το check out.

Η σημαντικότητα του τμήματος είναι μεγάλη, διότι ανάλογα με τον βαθμό εξυπηρέτησης, θα δώσει ανάλογη εντύπωση στον πελάτη και θα συντονίσει τα τμήματα εκμετάλλευσης για να του προσφέρουν το τουριστικό προϊόν που θα καλύψει τις ανάγκες του.

Τμήμα κρατήσεων: Όπως αναφέραμε στο τμήμα υποδοχής, αν το ξενοδοχείο δεν είναι αρκετά μεγάλο δεν υπάρχει τμήμα κρατήσεων έτσι ώστε να διαχειρίζεται τις κρατήσεις και όλες οι επιμέρους λειτουργίες γίνονται απ' το τμήμα υποδοχής. Αντίθετα σ' ένα μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα το τμήμα κρατήσεων υπάρχει και βρίσκεται πίσω από το τμήμα υποδοχής. Οι υπάλληλοι του τμήματος κρατήσεων αποτελούνται από τον υπεύθυνο κρατήσεων, ο οποίος συντονίζει τις λειτουργίες του τμήματος, τον υπάλληλο που διαχειρίζεται τις κρατήσεις που έγιναν από πρακτορεία, τον υπάλληλο μεμονωμένων κρατήσεων και τους υπαλλήλους ταξινόμησης και ελέγχου των κρατήσεων. Οι κρατήσεις γίνονται μέσω προγραμμάτων διαχείρισης ξενοδοχειακών μονάδων σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα οποία μπορούν να προσφέρουν ακόμα και προβλέψεις μελλοντικών κρατήσεων ανάλογα με την άδεια χρήσης και την έκδοση του

προγράμματος που έχει αγοραστεί. Επιπλέον το τμήμα κρατήσεων είναι σε στενή επαφή με το τμήμα πωλήσεων και υποδοχής έτσι ώστε να προσελκύονται όσο το δυνατόν περισσότεροι μεμονωμένοι πελάτες, γιατί οι εισπράξεις από αυτούς είναι και οι μεγαλύτερες, από τυχόν προσφορές που γίνονται σε πελάτες πρακτορείου. Τέλος σε περιόδους υψηλής ζήτησης η κάθε ξενοδοχειακή μονάδα προσπαθεί να εξασφαλίσει το 100% της πληρότητας. Για το λόγο αυτό εφαρμόζει το λεγόμενο overbooking προσφέροντας επιπλέον κρατήσεις από αυτές που μπορεί να προσφέρει το ξενοδοχείο. Αξίζει να αναφερθεί ότι η πολιτική αυτή έχει αρκετό ρίσκο, διότι, αν γίνει άφιξη όλων των πελατών και για τους οποίους έγινε κράτηση, το ξενοδοχείο οφείλει να βρει αντίστοιχης ή υψηλότερης ποιότητας κατάλυμα για να διαμείνουν οι πελάτες, υποβαθμίζοντας τη φήμη του ξενοδοχείου.

- **Διαχείριση δωματίων:** Οι αφίξεις, οι αναχωρήσεις καθώς και η κίνηση των πελατών και των δωματίων, πραγματοποιείται απ' το τμήμα υποδοχής. Το τμήμα υποδοχής συνεργάζεται με το τμήμα ορόφων και πραγματοποιεί τις πωλήσεις δωματίων. Το προσωπικό απαρτίζεται απ' τον προϊστάμενο και τους υπαλλήλους, οι οποίοι βρίσκονται σε επαγρύπνηση 24 ώρες το 24 ωρο για την κάλυψη των αναγκών του τμήματος. Οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού πρέπει να είναι συνεχώς ενημερωμένοι για την κατάσταση των δωματίων και έτσι χρησιμοποιούν το πλάνο ημέρας και το βιβλίο πόρτας.
- **Θυρωρείο-τηλεφωνείο-ταμείο-main courante:** Το θυρωρείο ανήκει στο τμήμα υποδοχής και είναι υπεύθυνο για την μεταφορά των αποσκευών των πελατών, την στάθμευση αυτοκινήτων και την συνοδεία στους ανελκυστήρες. Επικεφαλής του θυρωρείου είναι ο αρχιθυρωρός, ο οποίος παρέχει πληροφόρηση στους πελάτες, σχετικά με τον χώρο εντός ή εκτός του ξενοδοχείου. Ακολουθεί ο θυρωρός πόρτας, ο οποίος καλωσορίζει τους πελάτες και τους εξυπηρετεί κατά την είσοδό τους ή καλεί ταξί γι' αυτούς, ο μεταφορέας επισκευών, ο οποίος μεταφέρει τις αποσκευές των πελατών, οι υπάλληλοι που σταθμεύουν τα αυτοκίνητα, εκείνοι που διαχειρίζονται τους ανελκυστήρες και οι υπάλληλοι θυρωρείου που δίνουν ή παραλαμβάνουν τα κλειδιά των δωματίων.
Το τηλεφωνείο παρέχει στους πελάτες του ξενοδοχείου επικοινωνία με εξωτερικές γραμμές και υπενθυμίζει τους πελάτες για ενέργειές τους, υποχρεώσεις κτλ.
Το τμήμα του ταμείου συμπεριλαμβάνεται στο λογιστήριο, όμως οι υπάλληλοι που το απαρτίζουν εργάζονται στον χώρο υποδοχής. Είναι εκείνοι που παρέχουν συναλλάγματα, εισπράττουν τα χρήματα απ' τους πελάτες, διαχειρίζονται πιστωτικές κάρτες ή επιταγές.
Η main courante ασχολείται με την παρακολούθηση των εσόδων του κάθε τμήματος εκμετάλλευσης και του κάθε πελάτη. Στην main courante παρακολουθούνται τα αναλυτικά καθολικά των πελατών και παρέχονται πληροφορίες σχετικά με την διαμονή τους.
Τα περισσότερα ξενοδοχεία συνεργάζονται με εξωτερικά λογιστήρια και έτσι δεν υπάρχει ανάλογο τμήμα εγκατεστημένο στο ξενοδοχείο.

Τμήμα Ορόφων: Το τμήμα αυτό έχει την υποχρέωση να τηρεί την υγιεινή και την τάξη των ορόφων του ξενοδοχείου. Χωρίζεται σε διάφορα υποτμήματα όπως την καθαριότητα των δωματίων, την καθαριότητα των κοινόχρηστων χώρων, στα πλυντήρια της τακτοποίησης σεντονιών και στο τμήμα απολεσθέντων πραγμάτων. Οι εργαζόμενοι των

τμημάτων αυτών είναι θηλυκού γένους. Επικεφαλής του τμήματος ορόφων είναι η προϊσταμένη, η οποία προγραμματίζει το τμήμα, ορίζοντας και ενημερώνοντας σε καθημερινή βάση για τις εργασίες που έχει το προσωπικό να κάνει, ώστε να διατηρούνται σε ποιοτικό επίπεδο οι υπηρεσίες που προσφέρονται. Επίσης μεριμνά για την αισθητική του χώρου, προβαίνοντας σε αλλαγές όποτε καθιστούν απαραίτητες.

Στον κάθε όροφο τα δωμάτια καθαρίζονται από τις καμαριέρες οι οποίες διατηρούν ένα μικρό χώρο ανά όροφο για την φύλαξη του εξοπλισμού τους, ενώ οι κοινόχρηστοι χώροι από τις καθαρίστριες. Στο τμήμα πλυντηρίου και των σεντονιών, οι επικεφαλείς δίνουν εντολές για το πλύσιμο και το στέγνωμα των σεντονιών ή για τα σεντόνια που χρειάζονται ανά δωμάτιο αντίστοιχα.

Τμήμα συντήρησης-ασφαλείας: Το τμήμα συντήρησης αποτελείται από τεχνικούς όπως ηλεκτρολόγους, υδραυλικούς οι οποίοι καλούνται να επιδιορθώσουν τυχόν βλάβες ή ζημιές που μπορεί να προκληθούν στο ξενοδοχείο. Επικεφαλής του τμήματος είναι ο υπεύθυνος συντήρησης που βρίσκεται σε άμεση ενημέρωση της κατάστασης από την προϊσταμένη των ορόφων και που έχει τους τεχνικούς σε ετοιμότητα. Σε μεγάλα ξενοδοχεία, το τμήμα αυτό περιλαμβάνει επίσης τη διοικητική υπηρεσία, την υπηρεσία συντήρησης των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου και την υπηρεσία επιδιόρθωσης των βλαβών. Πάντως σε όλα τα ξενοδοχεία είναι απαραίτητη η προληπτική συντήρηση έτσι ώστε να αποφεύγονται ενδεχόμενα προβλήματα.

Το τμήμα ασφαλείας είναι το πλέον αρμόδιο τμήμα του ξενοδοχείου για την φύλαξη των περιουσιακών στοιχείων του ξενοδοχείου και των πελατών καθώς και για την διατήρηση της σωματικής ακεραιότητας των δεύτερων. Το τμήμα αυτό είναι απαραίτητο για τα ξενοδοχεία στις χώρες οι οποίες εμφανίζουν έντονη εγκληματικότητα.

Τμήμα food and beverages: Το τμήμα αυτό συντονίζει τα τμήματα αποθήκης, μαγειρείου, εστιατορίου, εκδηλώσεων, μπαρ και room service και είναι υπεύθυνο για τις ανάγκες σίτισης των πελατών στο ξενοδοχείο. Στην περίπτωση που το τμήμα διαχειρίζεται σωστά απ' τους αρμόδιους, τα υποτμήματά του, όπως το μπαρ, το μπαρ πισίνας, η καφετέρια του ξενοδοχείου μπορούν να αποφέρουν σημαντικά κέρδη για την ξενοδοχειακή μονάδα. Το απαιτητικό αυτό τμήμα έχει ως επικεφαλή τον food and beverages manager, ο οποίος συντάσσει προϋπολογισμούς και είναι υπεύθυνος για τα τρόφιμα και τα ποτά του ξενοδοχείου.

Τμήμα εστιατορίου: Σ' όλα τα ξενοδοχεία, τα οποία προσφέρουν διατροφή, είτε πρωινό, είτε μεσημεριανό, είτε βραδινό υπάρχει το τμήμα εστιατορίου, το οποίο καλείται να καλύψει τις ανάγκες διατροφής των τουριστών. Έτσι το εστιατόριο πρωινού λειτουργεί για συγκεκριμένες πρωινές ώρες και προσφέρει ένα εύρος τύπων πρωινού γεύματος. Τα είδη του πρωινού, υπάρχουν στον μπουφέ του σαλονιού ή του εστιατορίου και οι πελάτες αυτοσερβίρονται. Για το μεσημεριανό και το βραδινό γεύμα, το ξενοδοχείο καλύπτει τις συμφωνίες που έχουν γίνει με τους πελάτες και έπειτα καλύπτει τυχόν ανάγκες από εξωτερικούς πελάτες. Συνήθως λειτουργεί μόνο ένα εστιατόριο το οποίο είναι ανοικτό για λίγες ώρες το πρωί, το μεσημέρι και το βράδυ ενώ μπορούμε σπάνια να συναντήσουμε κάποιους συμπληρωματικούς τύπους εστιατορίων όπως ταβέρνα, snack bar.

Το εστιατόριο αποτελείται από τους μάγειρες, τους τραπεζοκόμους καθώς και τους βοηθούς τους. Τα τραπέζια αναλαμβάνονται απ' τους τραπεζοκόμους αφού τους βοηθούν οι βοηθοί τους. Σκοπός του είναι το σερβίρισμα των φαγητών, η μεταφορά των φαγητών και των ποτών απ' το μαγειρείο και το καθάρισμα των τραπεζιών όταν φύγουν οι πελάτες.

Ο maitre είναι ο επικεφαλής των εργαζομένων στα εστιατόρια ο οποίος συμπληρώνεται από τον sous maitre, τον βοηθό του. Είναι εκείνος, ο οποίος συντάσσει το πρόγραμμα εργασίας του εστιατορίου και καθοδηγεί την ομάδα των εργαζομένων. Σε μεγάλα ξενοδοχεία όπου υποδέχεται του πελάτες και τους εξηγεί το menu, του κάνει με την προσωπικότητά του να νιώθουν άνετα, έχοντας έναν πολύ σημαντικό ρόλο στο εστιατόριο. Αντίθετα τα μικρότερα ξενοδοχεία, τις παραγγελίες αλλά και το σερβίρισμα των κρασιών γίνεται από τους τραπεζοκόμους.

Τμήμα μαγειρείου-μπαρ-εκδηλώσεων: Το μαγειρείο είναι πολύ σημαντικό τμήμα σε μια ξενοδοχειακή μονάδα. Μπορεί να προετοιμάζει τα εδέσματα περιφερειακών μαγειρείων ή να ετοιμάζει τα εδέσματα του εστιατορίου που καλύπτει. Οι ταβέρνες, και τα snack bar έχουν συνήθως μαγειρείο στην τραπεζαρία τους. Υπάρχουν όμως και τύποι εστιατορίων που δεν έχουν οπτική επαφή με το μαγειρείο και δεν βρίσκονται στον ίδιο χώρο και έτσι δεν περνούν τυχόν οσμές και θόρυβοι απ' αυτό. Το τμήμα αποτελείται απ' τον διευθυντή, τον chef, τους βοηθούς καθώς και από τον ζαχαροπλάστη.

Το μπαρ είναι σημαντικό κομμάτι των εσόδων μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Προσφέρει ποτά για άμεση κατανάλωση και όταν απευθύνεται σε πελάτες οι οποίοι προέρχονται από πρακτορεία, το ξενοδοχείο πληρώνεται με πίστωση. Η εγκατάσταση του πρέπει να βρίσκεται μακριά απ' τα υπονομάτια των πελατών καθώς το μπαρ λειτουργεί συνήθως μέχρι τις πρωινές ώρες και πιθανόν ενοχλεί τους πελάτες με την ένταση της μουσικής, τις ομιλίες κτλ. Το προσωπικό του μπαρ πρέπει να είναι ευγενικό προς τους πελάτες και να έχει έντονη κινητικότητα. Το τμήμα διοικείται απ' τον προϊστάμενο που οργανώνει και κατευθύνει την εργασία. Ο μπάρμαν πρέπει να έχει ειδικές γνώσεις πάνω σε συνδυασμούς ποτών καθώς και να έχει άριστη γνώση ξένων γλωσσών. Οι βοηθοί του μπάρμαν εφοδιάζουν το μπαρ συνεχώς με αναλώσιμα ενώ οι τραπεζοκόμοι παίρνουν παραγγελίες και εισπράττουν λογαριασμούς.

Συνήθως τα ξενοδοχεία διαθέτουν χώρους, οι οποίοι είναι κατάλληλοι για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων. Στις εκδηλώσεις αυτές μπορεί να προσφέρεται φαγητό, ποτά γλυκίσματα κτλ. Όταν η ξενοδοχειακή μονάδα προωθεί την ενοικίαση του χώρου για εκδηλώσεις, τότε το τμήμα εκδηλώσεων συνεργάζεται με το τμήμα πωλήσεων και όταν διοργανώνει η ίδια κάποια εκδήλωση το τμήμα εκδηλώσεων συνεργάζεται με το τμήμα food and beverages, αντίστοιχα. Το τμήμα εκδηλώσεων αποτελείται από τους διευθυντές, την γραμματεία, το προσωπικό αιθουσών και το τεχνικό προσωπικό.

Τμήμα προμηθειών αποθήκη: Το τμήμα προμηθειών εφοδιάζει την ξενοδοχειακή μονάδα με υλικά αγαθά, τα οποία είναι απαραίτητα για τη λειτουργία των τμημάτων. Έτσι καταγράφονται σ' ένα κατάλογο όλα εκείνα τα υλικά που χρησιμοποιούνται απ' την ξενοδοχειακή μονάδα και ελέγχεται αν υπάρχουν τυχόν ελλείψεις σ' αυτά έτσι ώστε να γίνει παραγγελία των απαιτούμενων ποσοτήτων. Τα μεγάλα ξενοδοχεία προσπαθούν να έχουν διαρκές όφελος, χρησιμοποιώντας την διοίκηση των αποθεμάτων και παρέχοντας σ' όλα τα τμήματα εκμετάλλευσης τα προϊόντα που χρειάζονται εγκαίρως. Ο αρμόδιος του τμήματος προμηθειών, κάνει έρευνα της αγοράς και των προμηθευτών και κάνει τις παραγγελίες. Το τμήμα αυτό δραστηριοποιείται με βάση το μέγεθος, τις συνθήκες αγοράς, τα διαθέσιμα κεφάλαια καθώς και την πολιτική ποιότητας. Το τμήμα αποτελείται απ' τον επικεφαλής, την γραμματεία, τον υπεύθυνο παραλαβών και τους υπαλλήλους (αποθηκάριος). Ο υπεύθυνος πρέπει να κάνει έλεγχο της αγοράς και των προμηθευτών, να γνωρίζει τις συνθήκες αγοράς και των τιμών και να κάνει τις κατάλληλες παραγγελίες, όποτε καθίσταται απαραίτητο. Τα προϊόντα που προμηθεύονται, αποθηκεύονται απ' τον αποθηκάριο, ο οποίος διατηρεί αναλλοίωτη την ποιότητά τους έτσι ώστε να είναι διαθέσιμα ανά πάσα στιγμή. Τέλος η γραμματεία κρατά την κατάσταση των αποθεμάτων

και επικοινωνεί με τους προμηθευτές ενώ ο υπεύθυνος παραγγελιών, παραλαμβάνει τα προϊόντα.

Τμήμα Προσωπικού: Το τμήμα προσωπικού συνεργάζεται με όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου. Ασχολείται με θέματα τα οποία αφορούν τις τυπικές σχέσεις των εργαζομένων στο ξενοδοχείο αλλά όχι με την απόδοσή τους. Για παράδειγμα το τμήμα του προσωπικού είναι σε θέση να χειριστεί μία ενδεχόμενη καθυστέρηση ενός υπαλλήλου, αλλά όχι να τον κρίνει για την απόδοσή του. Σε μεγάλα ξενοδοχεία το τμήμα προσωπικού μπορεί να ασχολείται με την πρόληψη, την προαγωγή, τις άδειες, την απόλυση των εργαζομένων καθώς και τις παροχές που τους αντιστοιχούν.

Τμήμα marketing και πωλήσεων: Κάθε ξενοδοχείο νοικιάζει τα δωμάτια στους πελάτες του, πουλά τα προϊόντα απ' το μπαρ ή απ' το εστιατόριό του και διοργανώνει εκδηλώσεις ή προωθεί χώρους του με ενοικίαση, για να χρησιμοποιηθούν από τρίτους. Όλες αυτές οι ενέργειες αναλαμβάνονται από το τμήμα marketing και των πωλήσεων. Το marketing βλέπει τις ανάγκες των πελατών και τους προσελκύει με διάφορες στρατηγικές όπως με την διαφήμιση ενώ το τμήμα των πωλήσεων τους ικανοποιεί πουλώντας τους το τουριστικό προϊόν. Αρμόδιος του τμήματος είναι ο διευθυντής, ο οποίος εξετάζει και παρακολουθεί τις αλλαγές της αγοράς και προσπαθεί να φτάσει την πληρότητα στην μέγιστη δυνατή τιμή της διαμορφώνοντας τις τιμές. Σχεδιάζει το προϊόν, την ποιότητά του, το τιμολογεί και επιλέγει την κατάλληλη στάση που θα έχει το ξενοδοχείο απέναντι στους ανταγωνιστές του. Έτσι δημιουργείται το σχέδιο marketing το οποίο αναφέρει το περιβάλλον δράσης, τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που διαμορφώνονται από την κάθε στρατηγική που θα ακολουθήσει το ξενοδοχείο καθώς και απ' τις αδυναμίες του. Επιπλέον ο υπεύθυνος marketing επιβλέπει τους εργαζομένους και τους παρακινεί να συνεργαστούν με εκείνους των άλλων τμημάτων έτσι ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών. Σε μικρομεσαία ξενοδοχεία οι συμφωνίες με τους τουριστικούς πράκτορες καθώς και η πώληση των προϊόντων γίνεται απ' τον διευθυντή ή απ' τον ξενοδόχο, καθώς το τμήμα marketing εφαρμόζεται σε μεγαλύτερα ξενοδοχεία.

Τμήμα Γενικού διευθυντή: Αρμόδιος του τμήματος αυτού είναι ο γενικός διευθυντής, ο ρόλος του οποίου είναι να διοικεί το ξενοδοχείο έχοντας την απαραίτητη τεχνογνωσία, κατάρτιση και γνώση για την αγορά, έτσι ώστε να προσελκύει πελάτες και η επιχείρηση να είναι πάντα κερδοφόρα. Ένας γενικός διευθυντής πρέπει στις περιπτώσεις που προκύπτουν προβλήματα να προτείνει λύσεις, να εμπνυχώνει τους υφιστάμενούς του, ώστε να ενισχύεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης, να ρυθμίζει όλα τα θέματα του ξενοδοχείου, να καθορίζει τις τιμές με τους βοηθούς του. Είναι υπεύθυνος για τον οικονομικό προγραμματισμό της επιχείρησης, συντονίζει όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου και είναι ο κύριος εκπρόσωπος της επιχείρησης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο ρόλος του γενικού διευθυντή είναι υποβαθμισμένος και αυτό στην περίπτωση την οποία ο ίδιος ο ξενοδόχος καθοδηγεί τι πρέπει να γίνει και έτσι ο γενικός διευθυντής σπάνια μπορεί να πάρει κάποια απόφαση ή κάποια πρωτοβουλία. Εξάλλου αν το μοντέλο του ξενοδοχείου είναι επιχειρηματικό τότε τον κύριο ρόλο της διοίκησης τον αναλαμβάνει ο επιχειρηματίας ενώ αν το μοντέλο είναι διευθυντικό, την διοίκηση την αναλαμβάνουν οι διευθυντές οι οποίοι καθοδηγούνται απ' τους επιχειρηματίες.

Τμήμα άθλησης και ψυχαγωγίας: Το τμήμα αυτό προωθεί την άθληση και την ψυχαγωγία των πελατών, με αθλητικές εγκαταστάσεις όπως γήπεδα μπάσκετ, τένις, γκολφ, γυμναστήρια, spa και οι πελάτες μπορούν να συμμετέχουν στις εκδηλώσεις αυτές

τις περισσότερες ώρες της ημέρας. Για τις δραστηριότητες αυτές υπάρχει πάντα ο γυμναστής ο οποίος είναι υπεύθυνος για την καθοδήγηση των πελατών και την ομαλή λειτουργία των δραστηριοτήτων αυτών.

Καταστήματα: Σε πολλά ξενοδοχεία υπάρχουν καταστήματα, τα οποία παρέχουν ορισμένες υπηρεσίες στους πελάτες τους. Άλλα πουλούν εφημερίδες, περιοδικά, άλλα είδη δώρων και souvenirs, άλλα πουλούν κοσμήματα, ρούχα ενώ υπάρχουν ακόμη και κομμωτήρια και σιδερωτήρια, ώστε να καλύπτουν όλες τις ανάγκες που μπορεί να έχουν οι πελάτες, χωρίς να χρειάζεται να μετακινούνται ή να σπαταλούν τον ελεύθερό τους χρόνο ψάχνοντας για αυτά.

Τμήμα Λογιστηρίου: Το λογιστήριο είναι απ' τα σημαντικότερα τμήματα από τα οποία αποτελείται μια επιχείρηση. Τα καθήκοντα του τμήματος αυτού για μια ξενοδοχειακή μονάδα είναι ο έλεγχος όλων των εσόδων και των εξόδων που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο, καθώς και ο έλεγχος των τραπεζικών του λογαριασμών. Επίσης είναι το τμήμα που πληρώνει όλους τους χρεώστες και συντάσσει τη μισθοδοσία του προσωπικού κάθε μήνα, υπολογίζοντας σ' αυτή και τυχόν bonus των υπαλλήλων, απ' την παροχή των υπηρεσιών τους. Υπεύθυνος στο τμήμα λογιστηρίου είναι ο διευθυντής του, ο οποίος ονομάζεται διευθυντής λογιστηρίου (accounting manager).

Ακολουθεί ενδεικτικό σχεδιάγραμμα, το οποίο απεικονίζει τα τμήματα εκείνα που περιλαμβάνονται στα περισσότερα ξενοδοχεία καθώς και τον τρόπο ιεραρχίας τους:

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ



Πηγή <http://www.touristikiekpaideysi.gr/>

2.17 Εποχικότητα και η επίδρασή της στα τμήματα του ξενοδοχείου

Υπάρχουν δύο είδη ξενοδοχείων, αυτά που λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και αυτά που λειτουργούν εποχικά. Αυτά τα είδη ξενοδοχείων έχουν ορισμένες διαφορές μεταξύ τους οι οποίες είναι:

- Τα ξενοδοχεία που λειτουργούν όλο το χρόνο έχουν σταθερή δομή και σταθερό προσωπικό για πολλά χρόνια, προσφέροντας μεγαλύτερη ασφάλεια λειτουργίας, ενώ στα εποχικά η δομή αλλάζει, κάθε χρόνο κάνουν και νέο ξεκίνημα, το

προσωπικό μπορεί να αλλάξει όπως και οι προμηθευτές, τα τουριστικά πρακτορεία με τα οποία συνεργάζονται και ο εξοπλισμός.

Έτσι τα εποχικά ξενοδοχεία περνούν κάθε χρόνο τρεις φάσεις, οι οποίες είναι:

- **Η φάση του γεμίσματος (Μάρτιος-Ιούνιος)**, που σημαίνει ότι το ξενοδοχείο ξεκινά τη λειτουργία του με λίγους πελάτες και στη συνέχεια σταδιακά οι πελάτες αυξάνονται. Αυτό έχει ως συνέπεια να απαιτείται περισσότερη εργασία στο προσωπικό του ξενοδοχείου.
- **Η φάση κορύφωσης (Ιούλιος-Αύγουστος)** όπου το ξενοδοχείο λειτουργεί αγγίζοντας ποσοστά πληρότητας σχεδόν 100%. Η φάση αυτή είναι αρκετά ευαίσθητη γιατί κάθε λάθος στην οργάνωση του ξενοδοχείου μπορεί να προκαλέσει πολλαπλάσια προβλήματα.
- **Η φάση του αδειάσματος**, όταν αρχίζουν σταδιακά να αποχωρούν οι πελάτες, με τους εργαζόμενους να μπορούν εξίσου να αποδίδουν άσχετα της κόπωσης που υπάρχει μετά τη φάση της κορύφωσης.

Στα εποχιακά ξενοδοχεία κατά τη φάση του γεμίσματος, η διοίκηση πρέπει να αντιμετωπίζει πιο ελαστικά τους εργαζόμενους των διάφορων τμημάτων του ξενοδοχείου για να μπορέσουν να προσαρμοστούν στις συνθήκες της εργασίας κατά την περίοδο την οποία λειτουργεί το ξενοδοχείο. Έτσι σύμφωνα με την καθοδήγηση των ανωτέρω, οι εργαζόμενοι προσαρμόζονται μέχρι που το ξενοδοχείο φτάνει στη φάση της κορύφωσής του. Εκεί η πίεση για το προσωπικό είναι μεγαλύτερη λόγω της τουριστικής κίνησης. Κατά τη φάση του αδειάσματος και επειδή η τουριστική κίνηση μειώνεται το προσωπικό δουλεύει χωρίς ιδιαίτερη πίεση και ανταποκρίνεται πιο άνετα στις οποιεσδήποτε απαιτήσεις που μπορεί να υπάρχουν. Τέλος στα εποχιακά ξενοδοχεία επειδή αυτά λειτουργούν για συγκεκριμένους μήνες, οι εργαζόμενοι για τους υπόλοιπους μήνες χάνουν την εργασία τους στο ξενοδοχείο (εποχιακή ανεργία), με αποτέλεσμα να αναζητούν κάποια καινούργια εργασία μέχρι να ξαναπασχοληθούν σ' αυτό.

Γενικά οι αμοιβές των εργαζομένων και στις δύο κατηγορίες είναι σχεδόν ίδιες. Οι εργαζόμενοι τους μήνες που βρίσκουν απασχόληση όταν κλείσει ο εποχιακός κύκλος της επιχείρησης, έρχονται πίσω στο ξενοδοχείο ανανεωμένοι σε αντίθεση με αυτούς που είναι μόνιμοι. Επιπλέον τα εποχικά ξενοδοχεία προσφέρουν στέγη και τροφή, χωρίς ο εργαζόμενος να προβαίνει σε επιπλέον έξοδα. Οι υπάλληλοι μπορούν μάλιστα να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την εργασία τους, ανάλογα με την περιοχή στην οποία εργάζονται. Τέλος τα εποχιακά ξενοδοχεία προσφέρουν ευκαιρίες καριέρας καθώς μπορεί κάποιος να κάνει σ' αυτά τα πρώτα βήματα της καριέρας του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: MAIN COURANTE

3.1 Main Courante

Η main courante είναι η κατάσταση της ημερήσιας κίνησης που τηρεί το τμήμα υπηρεσίας διαχείρισης. Είναι ένα πολύστηλο λογιστικό βιβλίο που εμπεριέχει συγχρόνως το αναλυτικό καθολικό του πρωτοβάθμιου λογαριασμού «πελάτες». Στο βιβλίο αυτό γίνεται καταχώρηση των κάθε είδους ημερήσιων καταναλώσεων των πελατών και με βάση τις ημερήσιες συγκεντρωτικές καταστάσεις και τα αναλυτικά καθολικά, γίνεται ενημέρωση του λογιστηρίου.

Το λογιστήριο δεν θα μπορούσε να γνωρίζει όλες αυτές τις οικονομικές πράξεις που γίνονται καθημερινά και που αφορούν τους πελάτες, αν δεν τηρούσε το βιβλίο αυτό.

Ο λογαριασμός «πελάτες» καθώς και ο λογαριασμός «έσοδα εκμετάλλευσης», βρίσκονται σε καθημερινή ενημέρωση απ' την main courante διότι αυτός περιλαμβάνει και το αναλυτικό καθολικό «έσοδα εκμετάλλευσης».

Το βιβλίο της main courante είναι ένα απ' τα σημαντικότερα τηρούμενα βιβλία ενός ξενοδοχείου, γιατί από τη στιγμή που ο σκοπός της επιχείρησης είναι το κέρδος, το βιβλίο αυτό εμφανίζει όλα τα έσοδα, τις απαιτήσεις και τον τρόπο διακανονισμού τους.

Η ημερήσια κατάσταση κίνησης πελατών τηρείται απ' τον μαινκουρανίστα, ο οποίος είναι υπάλληλος-βοηθός λογιστή, που ανήκει στο υπάλληλο προσωπικό του λογιστηρίου και λαμβάνει αυτά που προβλέπονται βάση του νόμου για τις συλλογικές συμβάσεις.

Κάθε φορά που ένας πελάτης φτάνει στο ξενοδοχείο, υπογράφει το δελτίο άφιξης, το οποίο ενημερώνει ο υπάλληλος της υποδοχής. Ο υπάλληλος που τηρεί την main courante παίρνει ένα αντίγραφο του δελτίου άφιξης για να μένει ενήμερος σχετικά με την συμφωνία του πελάτη με το ξενοδοχείο. Έτσι ο υπάλληλος δημιουργεί με βάση το όνομα του πελάτη και με βάση το δελτίο άφιξης λογαριασμό, τον οποίο ενημερώνει για κάθε χρέωση του πελάτη.

Ο υπάλληλος ο οποίος είναι υπεύθυνος για την ημερήσια κατάσταση κίνησης πελατών, βρίσκεται στον χώρο του τμήματος υποδοχής, προσφέρει τις υπηρεσίες του στους πελάτες και είναι υπεύθυνος για τυχόν λάθη τα οποία οφείλονται είτε στην βιασύνη για την εξυπηρέτηση των πελατών είτε στην πολυπλοκότητα της γραμμογράφησης της main courante.

Άρα η τήρηση της main courante πρέπει να γίνεται με προσεκτικό τρόπο καθώς είναι μια ενέργεια απαραίτητη για την ξενοδοχειακή επιχείρηση αφού απεικονίζει τα έσοδα του ξενοδοχείου.

3.2 Τα έντυπα της Main Courante

Τα έντυπα που χρησιμοποιεί η main courante για να διαπιστώσει το ακριβές ποσό που αντιστοιχεί στον κάθε πελάτη είναι:

1. **Οι αποδείξεις παροχής υπηρεσιών (ΑΠΥ)**, οι οποίες είναι διπλότυπες, αθεώρητες, κάθε μία έχει μοναδικό αύξοντα αριθμό και μπορούν να εκδοθούν μέχρι και την ημερομηνία αποχώρησης του πελάτη. Περιλαμβάνουν όλες τις χρεώσεις και πιστώσεις που αφορούν τον πελάτη. Επίσης για έναν πελάτη μπορούν να εκδοθούν περισσότερες από μία αποδείξεις παροχής υπηρεσιών (ΑΠΥ).
2. Αν κάποιος ξενοδοχείο πωλεί αγαθά ή παρέχει υπηρεσίες σε κάποιον άλλο επιτηδευματία, τότε εκδίδεται **το τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών (ΤΠΥ)**, στο οποίο υποχρεωτικά πρέπει να αναγράφονται το ονοματεπώνυμο, η επωνυμία, η διεύθυνση, το επάγγελμα, ο αριθμός φορολογικού μητρώου (ΑΦΜ) και η δημόσια οικονομική υπηρεσία (ΔΟΥ) στην οποία ανήκει ο αγοραστής. Στο τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών φαίνεται και ο φόρος προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ) ο οποίος προστίθεται στο συνολικό ΦΠΑ που πρέπει να αποδώσει το ξενοδοχείο. Το ΦΠΑ του τιμολογίου παροχής υπηρεσιών πρέπει να αφαιρείται απ' το συνολικό ΦΠΑ που θα πληρώσει ο πελάτης στο ξενοδοχείο.
3. **Το ειδικό ακυρωτικό στοιχείο**, το οποίο εκδίδεται για να ακυρώσει κάποιο στοιχείο που έχει εκτυπωθεί λανθασμένα, ή δεν τυπώθηκε σωστά και που το οποίο αναφέρει το στοιχείο το οποίο ακυρώνει.

4. **Το πιστωτικό τιμολόγιο (ΠΤ)**, το οποίο εκδίδεται σε περίπτωση επιστροφής πωληθέντων αγαθών ή παροχής έκπτωσης που δεν αναγράφονται στο αρχικό τιμολόγιο. Το πιστωτικό τιμολόγιο πιστώνει στο λογαριασμό του πελάτη μέρος του ποσού που έχει πληρωθεί ή θα πληρώσει.
5. **Απόδειξη λιανικής πώλησης (ΑΛΠ)**, η οποία εκδίδεται για κάθε λιανική πώληση αγαθών ή παροχής υπηρεσιών του ξενοδοχείου. Μπορεί να είναι είτε χειρόγραφη είτε απαραίτητα από φορολογική ταμειακή μηχανή, όταν οι λιανικές πωλήσεις του ξενοδοχείου υπερβαίνουν το 40% των ακαθαρίστων εσόδων.
6. **Συγκεντρωτική κατάσταση των τμημάτων**, η οποία απεικονίζει όλες τις πωλήσεις της ημέρας ξεχωριστά για κάθε τμήμα και στις οποίες περιλαμβάνονται η ημερομηνία, ο αύξοντας αριθμός, ο κλάδος εκμετάλλευσης, ο αριθμός παραστατικού και δωματίου, η καθαρή αξία, η αξία ΦΠΑ και το συνολικό ποσό. Στο τέλος της ημέρας εκτυπώνεται και το ημερήσιο «Z», το οποίο αναφέρει τις πωλήσεις της ημέρας ως προς την καθαρή και μεικτή αξία τους.
7. **Η κατάσταση αυτών που δικαιούνται πρωινά και γεύματα**, απεικονίζει τις χρεώσεις των πελατών από την στιγμή άφιξής τους άσχετα αν αυτοί λαμβάνουν τα πρωινά ή τα γεύματα.
8. **Ειδικό στοιχείο αυτοπαράδοσης αγαθών ή ιδιοχρησιμοποίησης υπηρεσιών**, το οποίο εκδίδεται όταν ο υποκείμενος στον φόρο ιδιοκτήτης του ξενοδοχείου χρησιμοποιεί κάποια αγαθά ή υπηρεσίες της επιχείρησής του.
9. **Ημερολόγιο πωλήσεων**, το οποίο απεικονίζει αναλυτικά και κατά τμήμα όλα εκείνα τα έσοδα από τους πελάτες του ξενοδοχείου, οι οποίοι έχουν αναχωρήσει αφού πρώτα έχουν εξοφλήσει τον λογαριασμό τους, είτε με μετρητά είτε επί πιστώσει.
10. **Ημερήσιο ημερολόγιο main courante**, το οποίο αναφέρει αναλυτικά αλλά και σε σύνολο τα ημερήσια έσοδα του ξενοδοχείου ανά κλάδο εκμετάλλευσης, καθώς και τις συναλλαγές της επιχείρησης που έχουν γίνει μεταξύ πελατών και μη πελατών.

3.3 Τρόπος ενημέρωσης της Main Courante

Η διάθεση των αγαθών γίνεται στα διάφορα τμήματα των επιμέρους εκμεταλλεύσεων του ξενοδοχείου χορηγώντας ειδικά δελτία με τα οποία ενημερώνεται στη συνέχεια το λογιστήριο.

Τα ειδικά δελτία αυτά χορηγούνται κάθε φορά που γίνεται πώληση σε πελάτες, είτε αυτή είναι με πίστωση είτε με μετρητά και καταχωρούνται σε καταστάσεις ημερήσιας πώλησης κατά τμήμα και κατά κατηγορία.

Η διαβίβαση των αντιγράφων, τα οποία έχουν υπογραφεί από τους πελάτες χρεωστικών δελτίων, με την ευθύνη των τμηματάρχων, αμέσως ή όσο το δυνατόν συντομότερα στον υπάλληλο ο οποίος τηρεί την main courante για την γρήγορη ενημέρωσή της και την ενημέρωση του λογαριασμού των πελατών, είναι η βασική προϋπόθεση για την καταχώρηση της main courante και την καταχώρηση των εσόδων της επιχείρησης.

Τα δελτία πώλησης πρέπει να παραδίδονται άμεσα στην main courante έτσι ώστε να μπορέσουμε να εισπράξουμε στην περίπτωση που κάποιος πελάτης αναχωρεί άμεσα, το

πραγματικό χρεωστικό υπόλοιπό του, ενημερωμένο και με όλες τις καταναλώσεις του πελάτη.

Αφού γίνει η άφιξη του πελάτη, δημιουργείται απ' την υποδοχή το δελτίο άφιξης, το οποίο υπογράφεται απ' τον πελάτη. Αυτό το δελτίο δηλώνει την σύμβαση του ξενοδοχείου με τον πελάτη, η οποία αναφέρει τις υποχρεώσεις και απαιτήσεις που έχει έκαστος. Αμέσως δίνεται αντίγραφο του δελτίου αυτού στον υπάλληλο που τηρεί την ημερήσια κατάσταση κίνησης πελατών και ο οποίος ενημερώνεται για τα στοιχεία καθώς και για την συμφωνία που έκλεισε ο πελάτης με το ξενοδοχείο.

Η πρώτη ενέργεια του υπαλλήλου που τηρεί την ημερήσια κατάσταση κίνησης πελατών είναι να ανοίξει τον λογαριασμό στο όνομα του πελάτη καθώς και να συμπεριλάβει όλα τα στοιχεία που υπάρχουν στο δελτίο άφιξης. Ύστερα απ' αυτή την ενέργεια ενημερώνει την main courante.

Το λογιστήριο της επιχείρησης μπορεί να ενημερωθεί με τους εξής δύο τρόπους:

1. είτε με το να γίνει παράδοση της main courante στο λογιστήριο της επιχείρησης ώστε να εκδοθούν τα απαραίτητα παραστατικά και για να γίνει η καταχώρησή τους στα λογιστικά βιβλία.
2. είτε με την έκδοση από τον υπάλληλο της main courante των παραστατικών παραχωρήσεων και την παράδοση αυτών ώστε να γίνει η καταχώρησή τους στο λογιστήριο της επιχείρησης.

3.4 Γραμμογράφηση της Main Courante

Η γραμμογράφηση της main courante εξαρτάται από τρεις παράγοντες:

1. το μέγεθος του ξενοδοχείου
2. τον αριθμό των δωματίων
3. το λογιστικό σχέδιο και τα κέντρα εκμετάλλευσης που διαθέτει η εκάστοτε ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Στη διαδικασία της γραμμογράφησης της main courante ομαδοποιούμε τις στήλες σε τρεις κατηγορίες, οι οποίες μας δείχνουν τα στοιχεία του πελάτη, τα έσοδα κατά κλάδο εκμετάλλευσης και πως έχουν διακανονιστεί οι απαιτήσεις του ξενοδοχείου με τους πελάτες.

Στις στήλες οι οποίες περιέχουν τα στοιχεία του πελάτη, σημειώνεται ο αριθμός δωματίου του κάθε πελάτη, ο αριθμός λογαριασμού που έχει εκδοθεί, το ονοματεπώνυμο για έναν από τους πελάτες που διαμένουν σε κάθε δωμάτιο και πόσοι είναι ενήλικοι ή ανήλικοι.

Στην αμέσως επόμενη κατηγορία στηλών υπάρχουν όλα τα τμήματα εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου, απ' τα οποία εμφανίζονται έσοδα, όπως δωμάτια, εστιατόριο, μπαρ, τηλέφωνο κτλ.

Προσθέτοντας τα έσοδα εκμετάλλευσης έχουμε σαν αποτέλεσμα το σύνολο εσόδων ημέρας. Στη στήλη σύνολο προηγούμενης, μεταφέρουμε σε καθημερινή βάση το υπόλοιπο του χρέους του κάθε πελάτη, από την προηγούμενη ημέρα αφού αφαιρέσουμε τις εισπράξεις.

Στη στήλη γενικό σύνολο γίνεται καταχώρηση του αθροίσματος των στηλών σύνολο ημέρας και σύνολο προηγούμενης.

Στη στήλη ταμείο καταχωρούμε το ποσό που πληρώνει ο πελάτης έναντι λογαριασμού του ή για εξόφληση. Όταν πληρώνει έναντι λογαριασμού εκδίδεται απόδειξη είσπραξης και όταν εξοφλεί, απόδειξη παροχής υπηρεσιών (ΑΠΥ).

Κάποιος ο οποίος διαμένει στο ξενοδοχείο λέγεται πελάτης ενώ όταν κάποιος αναχωρήσει χωρίς να εξοφλήσει το λογαριασμό του μετονομάζεται από πελάτη σε χρεώστη.

Στη στήλη «χρεώστες», καταχωρούνται τα ποσά που μας οφείλουν οι πελάτες που έχουν αναχωρήσει, τα οποία αναλαμβάνουν να πληρώσουν τα γραφεία ταξιδιών με βάση την εντολή χρέωσης (voucher) που έχουν εκδώσει.

Οι προκαταβολές των πελατών τις οποίες έχουν στείλει οι πελάτες καταχωρούνται στην στήλη προκαταβολές πελατών και γίνεται η αφαίρεσή τους από το συνολικό οφειλόμενο ποσό.

Στη στήλη εκπτώσεις φαίνονται τα ποσά που πρέπει να αφαιρέσουμε απ' τον πελάτη γιατί κατά λάθος τον επιβαρύνουμε με μεγαλύτερο ποσό από αυτό που ξόδεψε.

Όταν αθροίσουμε τα ποσά των στηλών ταμείο, χρεώστες, προκαταβολές πελατών, εκπτώσεις, λαμβάνουμε το ποσό της στήλης σύνολο ενώ η διαφορά των ποσών των στηλών γενικό σύνολο, σύνολο μας δίνει το «σε μεταφορά».

Η στήλη σύνολο προηγούμενης είναι ακριβώς ίδια με τη στήλη σε μεταφορά της προηγούμενης ημέρας.

3.5 Διαδικασίες κλεισίματος της Main Courante

Κάθε φορά που γίνεται το νυχτερινό κλείσιμο στην main courante, γίνεται έλεγχος και επαλήθευση όλων εκείνων των εγγραφών που έχουν γίνει στους λογαριασμούς των πελατών. Στην περίπτωση των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, οι οποίες χρησιμοποιούν πλήρως αυτοματοποιημένο σύστημα, η διαδικασία κλεισίματος είναι γρήγορη, αποτελεσματική και έγκυρη. Συνάμα στο νυχτερινό κλείσιμο γίνεται έλεγχος της ορθότητας των λογαριασμών, οι οποίοι συγκρίνονται με τα αντίστοιχα παραστατικά στοιχεία και τις συγκεντρωτικές καταστάσεις οι οποίες είναι καταχωρημένες στον λογαριασμό των πελατών (main courante). Για την πιο αποτελεσματική διαχείριση του ξενοδοχείου, συμβάλλουν διάφορες αναφορές, οι οποίες εκδίδονται απ' τους H/Y.

Η διαδικασία του κλεισίματος περιλαμβάνει τη διεκπεραίωση ορισμένων προϋποθέσεων, οι οποίες είναι:

1. ενημέρωση όλων των μη καταχωρημένων εγγραφών
2. έλεγχος και σύγκριση των καταστάσεων των δωματίων με την αναφορά ημέρας του προϊσταμένου ορόφων.
3. έλεγχος για το αν είναι σωστή η αντιστοιχία του κάθε δωματίου με την τιμή του
4. έκδοση όλων των υποχρεωτικών βιβλίων του ξενοδοχείου, όπως το βιβλίο κίνησης πελατών
5. τήρηση σε καθημερινή βάση ενός αρχείου ασφαλείας (back up) των καταχωρήσεων της main courante.

3.6 Μηχανογράφηση της Main Courante

Μηχανογράφηση της main courante είναι το ειδικό πρόγραμμα το οποίο είναι εγκατεστημένο στα υπολογιστικά συστήματα του ξενοδοχείου και ο οποίος επεξεργάζεται

τα στοιχεία που του δίνει ο χειριστής του κομπιούτερ και μπορεί να τυπώσει κάποια δεδομένα που χρειάζεται ο χρήστης σε χαρτί.

Τα διάφορα αυτά προγράμματα διαφέρουν από κατασκευαστή σε κατασκευαστή διότι αυτά μπορούν να δημιουργηθούν σύμφωνα με τις δυνατότητες που επιθυμεί ο κάθε αγοραστής.

3.6.1 Ομοιότητες και διαφορές της χειρόγραφης με την μηχανογραφημένη Main Courante

Οι ομοιότητες της μηχανογραφημένης main courante με την πλέον πεπαλαιωμένη χειρόγραφη main courante είναι οι εξής:

- και οι δύο εμπεριέχουν και ασχολούνται με στοιχεία όπως τμήματα, οι συμφωνίες, το σύνολο ημέρας, το υπόλοιπο
- και οι δύο περιλαμβάνουν ξεχωριστές στήλες για τις χρεωστικές και τις μετρητοίς καταναλώσεις καθώς και για τις προκαταβολές.
- και οι δύο ακολουθούν την ίδια διαδικασία ημερολογιακών εγγραφών

Οι διαφορές τους είναι οι εξής:

- Ενώ η μηχανογραφημένη main courante παρουσιάζει κάθετη διάταξη με οριζόντιες στήλες για τα συμφωνηθέντα και έκτακτα, για τις προκαταβολές, για τις συμψηφιστικές πράξεις με στήλες έκπτωσης, ταμείο και προμηθειών, η χειρόγραφη main courante παρουσιάζει οριζόντια διάταξη με κάθετες στήλες για τα παραπάνω.
- Η χειρόγραφη main courante περιλαμβάνει τρεις ομάδες στηλών με τα στοιχεία των πελατών ή των πρακτορείων, τους αριθμούς των δωματίων, τα άτομα (ενήλικες, ανήλικες). Στην μηχανογραφημένη main courante δεν περιλαμβάνονται τα παραπάνω, όμως, η κάθε ξενοδοχειακή μονάδα φροντίζει να συμπεριλάβει όσα αφορούν τις κρατήσεις των δωματίων, τις αφίξεις ή αναχωρήσεις των πελατών καθώς και τα διαθέσιμα δωμάτια.

3.7 Πρακτικά παραδείγματα εφαρμογής της Main Courante

3.7.1 Παράδειγμα 1:

Το πρακτορείο «ΕΡΜΗΣ» στέλνει στο ξενοδοχείο «Απόλλων», με εντολή παραμονής (voucher) επί 7 μέρες μία οικογένεια τεσσάρων ατόμων. Ζητείται με την αναχώρηση των ατόμων μετά της παραμονής τους την εγγραφή που θα κάνει η ξενοδοχειακή επιχείρηση.

Σημείωση: Για όσο καιρό οι πελάτες παραμένουν στο ξενοδοχείο, ο λογαριασμός της γενικής λογιστικής που συνοψίζει τις καταναλώσεις τους είναι ο λογαριασμός 30.00.01 πελάτες main courante.

Η εγγραφή της αποχώρησης του πελάτη είναι:

	16/8/2015	B.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
33.99.01	Πρακτορείο ΕΡΜΗΣ		xxx	
30.00.01	Main Courante			xxx
Αποχώρηση πελάτη				

3.7.2 Παράδειγμα 2:

Έστω ότι στις 15/8/2015 διανυκτερεύουν οι πιο κάτω πελάτες και οφείλουν τα παρακάτω ποσά:

Δωμάτιο 100 Ι Ιωάννου 280 ευρώ (ημερήσια χρέωση 110 ευρώ)
Δωμάτιο 101 Δ Δημητρίου 450 ευρώ (ημερήσια χρέωση 120 ευρώ)
Δωμάτιο 107 Ε Ευαγγέλου 130 ευρώ (ημερήσια χρέωση 100 ευρώ)

Στις 16/8/2015 έγιναν οι εξής πράξεις:

- Στο δωμάτιο 103 έφθασε ο Π Παναγιώτου με ημερήσια χρέωση 120 ευρώ και στο δωμάτιο 104 ο Α Αναστασίου με ημερήσια χρέωση 100 ευρώ.
- Ο Ι Ιωάννου κατανάλωσε ποτά στο μπαρ αξίας 20 ευρώ
- Ο Ε Ευαγγέλου και ο Π Παναγιώτου είχαν τηλεφωνικές συνδιαλέξεις αξίας 25 ευρώ και 28 ευρώ αντίστοιχα.
- Η κατανάλωση στο εστιατόριο έχει ως εξής: Ι Ιωάννου 50 ευρώ, Δ Δημητρίου 70 ευρώ και Π Παναγιώτου 85 ευρώ.

Στις 17/8/2015 έγιναν οι εξής πράξεις:

- Αναχώρησε ο Ι Ιωάννου εξοφλώντας το voucher, το χρηματικό ποσό που αναλογούσε στο ξενοδοχείο.
- Αναχώρησε ο Ε Ευαγγέλου πληρώνοντας σε μετρητά
- Η κατανάλωση στο εστιατόριο έχει ως εξής: Δ Δημητρίου 90 ευρώ, Π Παναγιώτου 50 ευρώ και Α Αναστασίου 55 ευρώ
- Η κατανάλωση στο μπαρ του Δ Δημητρίου ήταν 15 ευρώ και του Α Αναστασίου 22 ευρώ
- Η τηλεφωνική συνδιάλεξη του Α Αναστασίου κόστισε 12 ευρώ
- Ο Γ Γεωργίου έφτασε και τακτοποιήθηκε στο δωμάτιο 105 με ημερήσια χρέωση 110 ευρώ
- Ο Δ Δημητρίου πλήρωσε έναντι λογαριασμού 350 ευρώ.

Οι λογιστικές εγγραφές που θα γίνουν είναι:

	16/8/2015	Β.Σ.	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
30	ΠΕΛΑΤΕΣ		828	
30.00	Πελάτες εσωτερικού			
30.00.00	Ιωάννου	180		
30.00.01	Δημητρίου	190		
30.00.02	Ευαγγέλου	125		
30.00.03	Παναγιώτου	233		
30.00.04	Αναστασίου	<u>100</u>		
73	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			828
73.00	Έσοδα δωματίων	550		

73.01	Έσοδα εστιατορίου	205
73.02	Έσοδα μπαρ	20
73.08	Έσοδα τηλεπικοινωνιών	<u>53</u>

Αναλυτική main courante 16/8/2015

	17/8/2015		
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		605
38.00	Ταμείο		
30	ΠΕΛΑΤΕΣ		460
30.08	Πελάτες πρακτορεία		
30	ΠΕΛΑΤΕΣ		
30.00	Πελάτες εσωτερικού		1065
30.00.00	Ιωάννου	460	
30.00.01	Δημητρίου	350	
30.00.02	Ευαγγέλου	<u>255</u>	

Αναλυτική main courante 17/8/2015

30	ΠΕΛΑΤΕΣ		694
30.00	Πελάτες εσωτερικού		
30.00.01	Δημητρίου	255	
30.00.03	Παναγιώτου	170	
30.00.04	Αναστασίου	189	
30.00.05	Γεωργίου	<u>110</u>	
73	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		694
73.00	Έσοδα δωματίων	450	
73.01	Έσοδα εστιατορίου	195	
73.02	Έσοδα μπαρ	37	
73.08	Έσοδα τηλεπικοινωνιών	<u>12</u>	

Αναλυτική main courante 17/8/2015

Μετά από τις παραπάνω εγγραφές το χρεωστικό υπόλοιπο του λογαριασμού 2.966-1.065 = 1901, συμφωνεί με το υπόλοιπο σε μεταφορά της Main Courante.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΒΙΒΛΙΟ ΠΟΡΤΑΣ

4.1 Βιβλίο κίνησης πελατών ή βιβλίο πόρτας

Είναι βιβλίο προαιρετικό από 1/01/2014 τηρείται χειρόγραφα ή μηχανογραφικά. Θεωρείται από την αρμόδια ΔΟΥ και αστυνομία. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση έχει 2 βιβλία, ένα για τους ημεδαπούς και ένα για τους αλλοδαπούς. Με την είσοδο του πελάτη ενημερώνεται από 1/01/2003 και η ημερομηνία αναχώρησή του. Ύστερα την συμπλήρωση του βιβλίου φυλάσσεται από την ξενοδοχειακή επιχείρηση για 5 χρόνια, για τυχόν έλεγχο.

Στο βιβλίο κίνησης πελατών (βιβλίο πόρτας) καταχωρούνται:

- Το ονοματεπώνυμο του πελάτη ή η επωνυμία της επιχείρησης, κατόπιν εντολή της οποίας διαμένει ο πελάτης
- Η ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης του πελάτη
- Υποχρεωτικά το νούμερο δωματίου στο οποίο μένει ο πελάτης
- Οι υπηρεσίες και τα αγαθά που περιλαμβάνονται στο "πακέτο" συμφωνίας, όπως : B.B. (Bed and Breakfast), H.B.(Half Board), F.B.(Full Board) και All inclusive.

Εάν υπάρχει συμφωνία με τουριστικό γραφείο για " πακέτο υπηρεσιών " και έχει κατατεθεί στη ΔΟΥ η σύμβαση, μπορεί να καταχωρήσει στη στήλη αριθμό πρωτοκόλλου. Λόγω δυσκολίας άμεσης καταχώρησης, των πελατών για λογαριασμό τουριστικών γραφείων ή ταξιδιωτικών πρακτορείων, καταχωρείται στο βιβλίο μόνο η επωνυμία του τουριστικού γραφείου ή πρακτορείου. Ο συνολικός αριθμός των ατόμων και των δωματίων, για κάθε ομάδα ξεχωριστά, θα διατηρείται ταυτόχρονα με την ονομαστική κατάσταση των πελατών του τουριστικού γραφείου ή πρακτορείου.

Στην περίπτωση που υπάρχουν πελάτες – οικογένειες. Στο βιβλίο πόρτας καταχωρείται το όνομα του προσώπου, εκείνου με τον οποίο συνεννοείται ο επιτηδευματίας και το σύνολο των δωματίων που θα χρησιμοποιήσουν και όχι όλα τα ονόματα των υπολοίπων της οικογένειας. Για λόγους αμφισβήτησης, σκόπιμο είναι να απεικονίζεται στο βιβλίο και ο αριθμός των ατόμων που των συνοδεύουν. Το ξενοδοχείο θα εκδίδει απόδειξη παροχής υπηρεσιών στο όνομα που έχει καταχωρηθεί στο βιβλίο πόρτας.

Υπόδειγμα βιβλίου κίνησης πελατών

Α/Α	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΕΠΩΝΥΜΙΑ		ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ		ΑΡΙΘ- ΜΟΣ ΔΩΜΑ- ΤΙΟΥ	ΠΑΡΑΤΗΡΗ- ΣΕΙΣ
	ΠΕΛΑΤΗΣ(ενοίκου)	ΠΕΛΑΤΗ (εντολέα τρίτου)	ΑΦΙΞΗΣ	ΑΝΑΧΩΡΗ- ΣΗΣ		
1	Π.Πέτρου		10/03/15	14/03/15	234	Πλήρης διατροφή
2	Α.Γεωργίου		16/03/15	30/03/15	201	Ημιδιατροφή
3	Π.Κοσμά	Πρακτορείο Κ.Παναγιото- πούλου	16/03/15	25/03/15	208	Πλήρης διατροφή

Εάν ο πελάτης φύγει νωρίτερα ή αργότερα απ' τη συμφωνία που έχει κάνει με το ξενοδοχείο, τότε καταχωρείται, η νέα ημερομηνία αναχώρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ

5.1 Κατανάλωση πετρελαίου στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κατά την διάρκεια των χειμερινών μηνών χρειάζεται να παρέχουν θέρμανση σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους καθώς και στα υποδωμάτια. Με βάση το Φύλλο Εφημερίδας Κυβερνήσεως ΦΕΚ από το 2012 οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής όπως Ατομικές, Α.Ε, Ε.Ε, Ο.Ε, Ε.Π.Ε, και Ι.Κ.Ε αν έχουν δύο εγκαταστάσεις οι οποίες είναι μία για το καλοριφέρ, και μία για τις υπόλοιπες χρήσεις θα πρέπει να χρησιμοποιούν τους χειμερινούς μήνες πετρέλαιο θέρμανσης και όλους τους υπόλοιπους μήνες πετρέλαιο κίνησης. Από την άλλη αν το ξενοδοχείο έχει μία εγκατάσταση για θέρμανση και λοιπές χρήσεις πρέπει αποκλειστικά όλο το χρόνο να χρησιμοποιεί πετρέλαιο κίνησης. Επιπλέον τα ξενοδοχεία με βάση το άρθρο 10 του Ν. 3483/2006 έχουν την δυνατότητα επιστροφής του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης όπου έχει ισχύ μέχρι και σήμερα. Το ποσό επιστροφής είναι 0,125€ ανά χιλιόλιτρο και πιο συγκεκριμένα ο υπολογισμός της επιστροφής πετρελαίου προκύπτει από τα λίτρα * 0,125.

Τα ξενοδοχεία κατά την διάρκεια της χρήσης βάζουν πετρέλαιο το οποίο μπορεί να μην καταναλωθεί εξολοκλήρου, ωστόσο αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να μείνει απόθεμα πετρελαίου στις αποθήκες τους και να χρειάζεται να εμφανιστεί στο επόμενο έτος όπου και θα καταναλωθεί, η διαδικασία αυτή ακολουθείτε με τη χρήση του μεταβατικού λογαριασμού και καλείται τακτοποιητική ή συμψηφιστική εγγραφή.

Οι τακτοποιητικές ή συμψηφιστικές εγγραφές συντάσσονται στο τέλος του έτους και σκοπός τους είναι να διαχωρίζουν τα έσοδα και τα έξοδα ανάλογα με το πότε αυτά θα γίνουν απαιτητά. Δηλαδή αν έχω κάνει έσοδα ή έξοδα τα οποία δεν αφορούν μόνο το τρέχον έτος αλλά και κάποιους ακόμα μήνες από το επόμενο θα πρέπει να γίνει ο συμψηφισμός και αυτά να εμφανίζονται στον ισολογισμό στις 31/12 ως απαιτήσεις ή υποχρεώσεις της επιχείρησης. Ένας ακόμα λόγος που οι περισσότερες επιχειρήσεις πρέπει να κάνουν συμψηφιστικές εγγραφές στηρίζεται στην φορολογία δεν είναι αναγκαίο να φορολογούνται για έσοδα τα οποία έχουν εισπράξει στο τρέχον έτος ενώ αυτά αφορούν το επόμενο έτος.

Στην συνέχεια ακολουθεί ένα παράδειγμα για την κατανάλωση πετρελαίου στο ξενοδοχείο και την επιστροφή του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης.

5.1.1 Παράδειγμα:

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση Mediterranean Hotel Α.Ε η οποία έχει τις εγκαταστάσεις της στο Ναύπλιο για το χρονικό διάστημα 01/10/2014 έως 01/04/2015 κατανάλωσε 7000lt πετρελαίου κίνησης αξίας 9.800€ με επιπλέον ΦΠΑ 23% και η τιμή του λίτρου κυμαίνεται στο 1,40€/λίτρο. Έως τις 31/12/2014 είχε καταναλώσει 4000lt και ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης για το έτος 2014 ήταν 0,115€ το λίτρο. Το επόμενο έτος ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης διαμορφώθηκε σε 0,125€ το λίτρο, δηλαδή υπέστη μια μικρή αύξηση την νέα χρονιά. Στις 5/01/2015 η επιχείρηση υποβάλει αίτηση επιστροφής του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης ζητώντας από το τελωνείο που χωροταξικά ανήκει το αντίστοιχο ποσό το οποίο δικαιούται και στις 10/04/2015 του καταβάλλονται τα αντίστοιχα ποσά.

Αρχικά υπολογίζουμε τον ειδικό φόρο κατανάλωσης με βάση τα λίτρα που καταναλώθηκαν σε κάθε έτος και έπειτα προβαίνουμε στις απαραίτητες λογιστικές εγγραφές.

$4000 \times 1,40 = 5600 \times 0,115 = 644\text{€}$
ειδικός φόρος κατανάλωσης για το έτος 2014

7000

$3000 \times 1,40 = 4200 \times 0,125 = 5,25\text{€}$
ειδικός φόρος κατανάλωσης για το έτος 2015

Οι λογιστικές εγγραφές είναι οι ακόλουθες:

	1/10	B.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
25	ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ ΥΛΙΚΑ		9800	
25	Πετρέλαιο			
25.00.01	Αγορές πετρελαίου κίνησης			
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ Φ-Τ		2254	
54	Φ.Π.Α			
54.00.21	Φ.Π.Α Εισροών 23%			
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ			12054
38	Ταμείο			
38.00.00	Ταμείο κεντρικό			
Αγορά πετρελαίου απο xxx Α.Ε με Αρ. παραστ. 253540				
	31/12			
36	ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		644	
36	Έξοδα επόμενων χρήσεων			
36.00.50	Μεταβ λογ ειδικού φόρου κατανάλωσης			
25	ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ ΥΛΙΚΑ			644
25	Πετρέλαιο			
25.00.02	Επιστροφή ΕΦΚ πετρελαίου			
Συμψηφιστική εγγραφή εξόδου				
	10/4			
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		644	
38	Ταμείο			
38.00.00	Ταμείο κεντρικό			
36	ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			644
36	Έξοδα επόμενων χρήσεων			
36.00.50	Μεταβ λογ ειδικού φόρου κατανάλωσης			
Είσπραξη ΕΦΚ στο ταμείο για το έτος 2014				

	10/4	
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	525
38	Ταμείο	
38.00.00	Ταμείο κεντρικό	
25	ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ ΥΛΙΚΑ	525
25	Πετρέλαιο	
25.00.02	Επιστροφή ΕΦΚ πετρελαίου	
Είσπραξη ΕΦΚ στο ταμείο για το έτος 2015		

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°: ΦΠΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

6.1 ΦΠΑ στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Με βάση τον ΠΟΛ 1003/ 03.01.2011 από 01/01/2011 οι συντελεστές ΦΠΑ στις τουριστικές επιχειρήσεις έχουν ως εξής:

Κανονικός: 23%

Μειωμένος: 13%

Υπέρμειωμένος: 6,5%

Ο μειωμένος συντελεστής ΦΠΑ μέχρι 31/12/2010 ήταν 11% και απ' την επόμενη χρονιά εισήλθε στο 13%, δηλαδή υπέστη μια μικρή αύξηση, το ίδιο ισχύει και με τον υπερμειωμένο συντελεστή ΦΠΑ ο οποίος ήταν 5,5% και μεταβλήθηκε σε 6,5%. Ο υπερμειωμένος συντελεστής αφορά ορισμένα αγαθά και υπηρεσίες για τα οποία γίνεται ειδική πρόβλεψη και επιπλέον είναι μικρότερος κατά 50% του μειωμένου συντελεστή. Πιο συγκεκριμένα οι υπηρεσίες διαμονής σε ξενοδοχεία και γενικότερα στις περισσότερες κατηγορίες ξενοδοχείων όπως είναι η μίσθωση χώρου σε κατασκήνωση, και κάμπινγκ εφαρμόζεται ο συντελεστής 6,5%.

Το ΦΠΑ που ίσχυε τα προηγούμενα χρόνια είναι 21%, 11%, 5,5% ενώ τα τελευταία πέντε χρόνια ισχύουν οι συντελεστές 23%, 13%, 6,5%.

Η διανυκτέρευση σε όλα τα καταλύματα φορολογείται με συντελεστή 6,5% υπερμειωμένο, οι υπόλοιπες υπηρεσίες όπως εστίαση, κατανάλωση αλκοολούχων ποτών, τηλεφωνική εξυπηρέτηση που προφανώς να διαθέτει το δωμάτιο, η ενοικίαση ομπρελών καθώς και οποιαδήποτε άλλη εκμετάλλευση μπορεί να παρέχει το ξενοδοχείο όσον αφορά των αθλητισμό φορολογούνται με τους ανάλογους συντελεστές 13% και 23%. Πιο συγκεκριμένα η κατανάλωση στο εστιατόριο του ξενοδοχείου φορολογείται με συντελεστή ΦΠΑ 23% ως υπηρεσία εστίασης, με τον ίδιο τρόπο φορολογείται και η υπηρεσία δωματίου Room service η οποία διαθέτει το φαγητό και τα ποτά στο δωμάτιο. Το αντίθετο όμως ισχύει στις καταναλώσεις μίνι μπαρ που υπάρχουν μέσα στο δωμάτιο γιατί αποτελούν παραδόσεις αγαθών και χρεώνονται με τον ανάλογο συντελεστή κάθε αγαθού.

Οι συντελεστές ΦΠΑ για κάποια νησιά είναι μειωμένοι κατά 30% και διαμορφώνονται ως εξής 16%, 9%, και 5%. Από 01/10/2015 με βάση την απόφαση του Υπουργείου εσωτερικών με το Ν.2859/2000 η μείωση αυτή σταδιακά παύει να ισχύει και κάθε χρόνο κάποια ξενοδοχεία φορολογούνται με τους κανονικούς συντελεστές ΦΠΑ.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για όλες τις υπηρεσίες που παρέχουν όπως εστίαση διαμονή τηλεφωνία κλπ., οι οποίες είναι σύμφωνες με μία ενιαία τιμή, και με την προϋπόθεση ότι ο διαχωρισμός ως προς τους συντελεστές δεν είναι εφικτός υπολογίζονται από 20/07/2015 ως εξής:

- **Διαμονή με πρωινό (bed breakfast)** στην κατηγορία αυτή το 5% της ενιαίας τιμής υπάγεται στον κανονικό συντελεστή 23% για το πρωινό που του καταβάλλεται και το υπόλοιπο 95% υπάγεται σε συντελεστή 6,5% για την διαμονή.
- **Διαμονή με ημιδιατροφή (half board)** στην κατηγορία αυτή το 15% της ενιαίας τιμής υπάγεται στον κανονικό συντελεστή 23% ως αντιπαροχή για το πρωινό και το μεσημεριανό γεύμα της ημέρας, ενώ το υπόλοιπο 85% υπάγεται σε συντελεστή 6,5% για την διαμονή.
- **Διαμονή με πρωινό και δύο γεύματα (full board)** στην κατηγορία αυτή το 25% της ενιαίας τιμής υπάγεται σε συντελεστή 23% ως αντιπαροχή για το πρωινό και τα δύο γεύματα της ημέρας, ενώ το υπόλοιπο 75% υπάγεται σε συντελεστή 6,5% για την διαμονή.
- **Διαμονή με το σύστημα (all inclusive)** το οποίο περιλαμβάνει πλήρες διατροφή με κατανάλωση αλκοολούχων ποτών και πολλές ακόμα παροχές λοιπών υπηρεσιών που έχουν συμπεριληφθεί στο πακέτο όπως είναι τηλεφωνική εξυπηρέτηση, ενοικίαση ομπρελών, και πολλές ακόμα αθλητικές δραστηριότητες που υπάρχουν στο ξενοδοχείο. Στην κατηγορία αυτή το 30% της ενιαίας τιμής υπάγεται στον κανονικό συντελεστή ΦΠΑ 23% ως αντιπαροχή για τις υπηρεσίες εστίασης, κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών και λοιπές δραστηριότητες που περιλαμβάνει το πακέτο, ενώ το υπόλοιπο 70% υπάγεται σε συντελεστή 6,5% για την διαμονή.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εφαρμόζοντας το σύστημα all inclusive επωφελούνται από τους πελάτες που στέλνονται μέσω τουριστικών πρακτορείων καθημερινά με την συνολική αμοιβή ανά πελάτη, για το σύνολο των υπηρεσιών που τους παρέχονται. Εμφανίζονται όμως κάποιες δυσκολίες όσον αφορά τον προσδιορισμό των εσόδων κατά δραστηριότητα και κατά συνέπεια στην απόδοση ΦΠΑ γιατί υπάγονται σε διαφορετικούς συντελεστές.

Για το σύστημα all inclusive τα ξενοδοχεία υποχρεούνται να εκδίδουν Απόδειξη παροχής υπηρεσιών προς τα πρακτορεία, η οποία πρέπει να αναγράφει το συνολικό τίμημα του συγκεκριμένου πακέτου κατά συντελεστή ΦΠΑ και με σαφή αναφορά στην υπογραφείσα σύμβαση. Τα παραπάνω εφαρμόζονται με την προϋπόθεση ότι στο βιβλίο πελατών "πόρτας" κατά την είσοδο τους στο ξενοδοχείο θα αναγράφονται αναλυτικά όλες οι υπηρεσίες που θα τους παρασχεθούν, η σύμβαση που θα έχουν υπογράψει τα άτομα, καθώς και οι ώρες άφιξης και αναχώρησης. Αυτή η διαδικασία είναι απαραίτητο να ακολουθείτε πιστά έτσι ώστε σε σχετικό έλεγχο που μπορεί να υπάρξει, να αποδεικνύεται η σύμβαση του πελάτη με το ξενοδοχείο και ο τρόπος με τον οποίο εξυπηρετείτε στα διάφορα τμήματα αυτού χωρίς να τους έχει εκδοθεί κάποιο φορολογικό αποδεικτικό διότι πρόκειται για πελάτες που πληρώνουν πρόγραμμα πακέτου.

Μία ακόμα υπηρεσία εστίασης αποτελεί και η παράδοση φαγητού και ποτού από τροφοδοσία Catering. Η τροφοδοσία Catering είναι ένα σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες σε τόπο και χρόνο όπου επιθυμούν οι ίδιοι. Επίσης τα αγαθά και οι υπηρεσίες έχουν προκαθορισμένη τιμή ανεξάρτητα από την ποσότητα που θα καταναλώσουν οι πελάτες σε φαγητό και αλκοολούχα ποτά.

Το ξενοδοχείο μπορεί επίσης να διαθέτει κέντρα διασκέδασης και πολλά ακόμα είδη καταστημάτων τα οποία να λειτουργούν ως τμήματα αυτού. Σε αυτή την περίπτωση το σύστημα αγαθών και υπηρεσιών all inclusive περιλαμβάνει στο πακέτο αυτές τις υπηρεσίες χωρίς να χρειάζεται να εκδοθεί εισιτήριο κατά την είσοδο του πελάτη σε αυτά. Αντίθετα αν οι εκμεταλλεύσεις αυτές δεν περιλαμβάνονται στο πακέτο, τότε οι καταναλωτές υπάγονται σε φόρο ανάλογο της εκμετάλλευσης.

Για τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές κατηγορίες όπως μοτέλ, πανδοχεία, ξενώνες, κάμπινγκ, ενοικιαζόμενα και επιπλωμένα δωμάτια ειδικά αν αυτά λειτουργούν χωρίς άδεια από τον Ε.Ο.Τ θα πρέπει οι υπηρεσίες που παρέχουν στους πελάτες τους να είναι ανάλογες με αυτές των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και το εισόδημα που αποκτούν να χαρακτηρίζεται ως εισόδημα Δ' πηγής. Στην συνέχεια θα πρέπει να διαπιστώνεται αν υπάγονται ή όχι στο ΦΠΑ των εσόδων που παρέχονται από την ενοικίαση των δωματίων ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες σε παραθεριστές.

Από την άλλη ισχύει το αντίθετο για τους ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων, οι οποίοι νοικιάζουν δωμάτια επιπλωμένα ή μη επιπλωμένα σε οικογένειες και φοιτητές χωρίς να τους παρέχουν άλλες υπηρεσίες όπως στα ξενοδοχεία. Αυτή η πράξη δεν θεωρείται ως επιχείρηση εκμετάλλευσης ενοικιαζόμενων δωματίων αλλά ως εκμίσθωση ακινήτων που απαλλάσσεται από τον ΦΠΑ βάση του άρθρου 22 του κώδικα ΦΠΑ.

Οι οργανωμένες επιχειρήσεις κατασκηνώσεων (κάμπινγκ κ.λπ.) με βάση τα ακαθάριστα έσοδα που πραγματοποιούν από τις παρεχόμενες υπηρεσίες στάθμευσης φύλαξης και παροχής ειδών και χώρων υγιεινής καθώς και τις παραδόσεις διαφόρων αγαθών που προσφέρουν συνήθως υπάγονται στον ΦΠΑ.

Ένα ξενοδοχείο μπορεί επίσης να παρέχει ευκαιριακή μίσθωση εγκαταστάσεων η οποία υπόκειται σε ΦΠΑ για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων, όπως είναι οι αίθουσες συνεστιάσεων, οι οποίες μισθώνονται από φυσικά και νομικά πρόσωπα για να διεξαχθεί ένα σεμινάριο, μία χοροεσπερίδα, μία συνέλευση από έναν σύλλογο κ.λπ.

6.1.1 Παράδειγμα 1:

Ο Κ. Σταύρου έκλεισε ένα πακέτο διακοπών all inclusive για 15 ημέρες στο ξενοδοχείο mediterranean Hotel έναντι του ποσού 2000€

Ο διαχωρισμός των εσόδων στους επιμέρους συντελεστές ΦΠΑ θα γίνει ως εξής:

1. Έσοδα και λοιπές υπηρεσίες: $2000 \times 0,3 = 600\text{€}$

Καθαρά έσοδα από λοιπές υπηρεσίες: $\frac{600}{1,23} = 487,81\text{€}$

ΦΠΑ από λοιπές υπηρεσίες: $487,81 \times 0,23 = \underline{112,19\text{€}}$
Σύνολο: **600€**

2. Έσοδα από διαμονή: $2000 \times 0,7 = 1400\text{€}$

Καθαρά έσοδα διαμονή: $\frac{1400}{1,065} = 1314,55\text{€}$

ΦΠΑ από διαμονή: $1314,55 \times 0,065 = \underline{85,45\text{€}}$

Σύνολο:

1400€

6.1.2 Παράδειγμα 2:

Ο Κ. Παύλου έκλεισε ένα πακέτο διακοπών half board και κατά την διάρκεια των διακοπών του πλήρωσε τα παρακάτω ποσά:

Διαμονή με πρωινό 10 ημέρες X 80€=	800€
5 εμφιαλωμένα νερά X 1€=	5€
5 αλκοολούχα ποτά X 10€=	50€
5 αγώνες Γκολφ X 20€=	100€
Χρήση τηλεφωνικής εξυπηρέτησης	20€

Ο διαχωρισμός των εσόδων στους επιμέρους συντελεστές ΦΠΑ θα γίνει ως εξής:

Έσοδα από πρωινό γεύμα	$800 \times 0,05 = 40€$
Καθαρά έσοδα:	$\frac{40}{1,23} = 32,52€$
ΦΠΑ εσόδων:	$32,52 \times 0,23 = 7,48€$
Σύνολο:	40€

Έσοδα απο διαμονή:	$800 \times 0,95 = 760€$
Καθαρά έσοδα διαμονή:	$\frac{760}{1,065} = 713,62€$
ΦΠΑ από διαμονή:	$713,62 \times 0,065 = 46,38€$
Σύνολο:	760€

Έσοδα από εμφιαλωμένα νερά	
Καθαρά έσοδα:	$\frac{5}{1,13} = 4,42€$
ΦΠΑ :	$4,42 \times 0,13 = 0,58€$
Σύνολο:	5,00€

Έσοδα από αλκοολούχα ποτά	
Καθαρά έσοδα:	$\frac{50}{1,23} = 40,65€$
ΦΠΑ :	$40,65 \times 0,23 = 9,35€$
Σύνολο:	50€

Έσοδα απο αγώνες γκολφ	
Καθαρά έσοδα:	$\frac{100}{1.23} = 81,30\text{€}$
ΦΠΑ :	$81,30 \times 0,23 = \underline{18,70\text{€}}$
Σύνολο:	100€
Έσοδα απο τηλεφωνική εξυπηρέτηση	
Καθαρά έσοδα:	$\frac{20}{1,23} = 16.26\text{€}$
ΦΠΑ:	$16,26 \times 0,23 = \underline{3,74\text{€}}$
Σύνολο:	20€

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο: ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ ΦΟΡΟΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

7.1 Δημοτικός Φόρος - Φόρος Παρεπιδημούντων

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καλούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα να αποδίδουν κάποιους φόρους - τέλη στο Δημόσιο οι οποίοι είναι αναγκαίο να καταβάλλονται. Οι φόροι - τέλη αυτοί είναι :

- 1. Οι φόροι εισοδήματος που καταβάλλονται κάθε χρόνο.**
- 2. Τα τέλη κυκλοφορίας των αυτοκινήτων που μπορεί να χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία για επαγγελματική χρήση, που και αυτά καταβάλλονται κάθε χρόνο.**
- 3. Τα τέλη Παρεπιδημούντων ή Δημοτικοί φόροι που καταβάλλονται κάθε μήνα ή κάθε τρίμηνο.**

Οι δημοτικοί φόροι καταβάλλονται στο Δήμο, στην κοινότητα ή στην περιφέρεια που είναι εγκατεστημένες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με την προϋπόθεση ότι ισχύει το σύστημα αντικειμενικού προσδιορισμού. Αντίθετα στις περιοχές που δεν ισχύει το σύστημα αντικειμενικού προσδιορισμού, οι φόροι - τέλη μπορεί να καταβληθούν με απόφαση του δημοτικού ή κοινοτικού συμβουλίου. Ο φόρος είναι υποχρεωτικός και καταβάλλεται από όλες τις κατηγορίες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων όπως κάμπινγκ, πανδοχεία, μπανγκαλόου, μοτέλ, ξενώνες, επιπλωμένα δωμάτια κλπ. Με βάση την τελευταία διάταξη του άρθρου 23 Ν. 3756/2009 ο δημοτικός φόρος είναι 0,5% και είναι υποχρεωτικό να καταβληθεί μέχρι την προθεσμία απόδοσης ΦΠΑ η οποία είναι κάθε μήνα για τις μεγάλες οντότητες που τηρούν Γ' Κατηγορίας βιβλία και κάθε τρίμηνο για τις μικρές οντότητες που τηρούν Β' κατηγορίας βιβλία.

Το δημοτικό τέλος επιβαρύνει τον πελάτη, δηλαδή κατά την εξόφληση του πελάτη υπολογίζεται ο φόρος επί των καθαρών εσόδων. Πιο συγκεκριμένα πολλαπλασιάζεται το

καθαρό ποσό του εσόδου από διανυκτερεύσεις με το ποσό του φόρου που είναι 0,005, στην συνέχεια το ποσό του δημοτικού φόρου προστίθεται στο καθαρό έσοδο και γίνεται υπολογισμός του ΦΠΑ πάνω σε όλη την αξία.

Σε δημοτικό τέλος υπάγονται τα κέντρα διασκέδασης, τα εστιατόρια και τα περισσότερα καταστήματα που λειτουργούν μέσα στα ξενοδοχεία με ποσοστό 2%.

7.1.1 Παράδειγμα 1:

Στο ξενοδοχεία Mediterranean Hotel ο πελάτης Γεωργίου οφείλει από διανυκτερεύσεις 1500€ Η διαμονή του στο ξενοδοχείο είχε διάρκεια 30 ημέρες και το κόστος της διαμονής ανά ημέρα ήταν 50€ Η συμφωνία που είχε με το ξενοδοχείο ήταν μόνο για διαμονή ωστόσο το ΦΠΑ που έχει να καταβάλει είναι 6,5% όπως επίσης 0,5% για τον δημοτικό φόρο.

Σημείωση σχετικά με την λύση της άσκησης.

Από την μικτή αξία διαιρώ με το 1,065 για να βρω τον ΦΠΑ, έπειτα με το ποσό που βρίσκω διαιρώ με το 1,005 έτσι ώστε να μείνει το καθαρό έσοδο. Για να βρω το ΦΠΑ και τον Δημοτικό φόρο πρέπει από την καθαρή αξία να πολλαπλασιάσω τους συντελεστές 0,005 και 0,065.

Λύση

$$\text{Μικτή αξία} : \frac{1500}{1,065} = 1408,50\text{€}$$

$$\frac{1408,50}{1,005} = 1401,50$$

$$\text{Άρα καθαρή αξία} = \underline{1401,50\text{€}}$$

$$\text{Δημοτικός φόρος} = 1401,50 \times 0,005 = \underline{7,25\text{€}}$$

$$\text{ΦΠΑ} = 1401,50 \times 0,065 = \underline{91,25\text{€}}$$

/...	B.Σ	ΧΡΕΩΣ H	ΠΙΣΤΩΣ H
30	ΠΕΛΑΤΕΣ		1500	
30.00	Πελάτες εσωτερικού			
30.00.0	Πελάτης Γεωργίου			
0	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			1401,5
73	Έσοδα από διαμονή			
73.00	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ-ΤΕΛΗ			
54				98,5
54.00.0		91,2		
0	ΦΠΑ	5		
54.09	Λοιποί Φόροι - Τέλη			
54.09.9				
0	Δημοτικός Φόρος	<u>7,25</u>		

Απόδειξη Παροχής Υπηρεσιών Νο 156 στον πελάτη
Γεωργίου

.../...

38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	1500
38.00	Ταμείο	
38.00.0		
0	Κεντρικό ταμείο	
30	ΠΕΛΑΤΕΣ	1500
30.00	Πελάτες εσωτερικού	
30.00.0		
0	Πελάτης Γεωργίου	

Εξόφληση πελάτη Γεωργίου με απόδ εισπρ Νο 22

Επαλήθευση

Καθαρή αξία + ΦΠΑ + Δημοτικός φόρος = Μικτή αξία

1401,50 + 91,25 + 7,25 = 1500€

7.1.2 Παράδειγμα 2:

Ξενοδοχειακή επιχείρηση με έδρα την Θεσσαλονίκη εκμεταλλεύεται 3 ξενοδοχεία. Το μήνα Αύγουστο του 2015, τα ακαθάριστα έσοδα των ξενοδοχείων ήταν:

- Ξενοδοχείο «Βόλος», 30.000 ευρώ
- Ξενοδοχείο «Λάρισα», 40.000 ευρώ
- Ξενοδοχείο «Κρήτη», 50.000 ευρώ

Ζητείται το ποσό που θα πληρωθεί σαν δημοτικός φόρος στο δήμο Θεσσαλονίκης.

Σημείωση: Ο δημοτικός φόρος αποδίδεται τις ίδιες ημερομηνίες που αποδίδεται και ο ΦΠΑ. Οι ομόρρυθμες εταιρίες υποχρεούνται να αποδίδουν ΦΠΑ κάθε τρίμηνο, ενώ οι ανώνυμες εταιρίες κάθε μήνα.

Στον δήμο Θεσσαλονίκης η επιχείρηση δεν θα αποδώσει φόρο γιατί τα ξενοδοχεία χωροταξικά, ανήκουν σ' άλλους δήμους στους οποίους θα πρέπει να τον αποδώσει.

Ξενοδοχείο «Βόλος», $30.000 \times 0.5\% = 150$ δημοτικός φόρος

Ξενοδοχείο «Λάρισα», $40.000 \times 0.5\% = 200$ δημοτικός φόρος

Ξενοδοχείο «Κρήτη», $50.000 \times 0.5\% = 250$ δημοτικός φόρος

Όπως θα αναλύσουμε και σε επόμενη ενότητα επί των καθαρών εσόδων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων πλέον του δημοτικού, επιβάλλεται ΦΠΑ ύψους 6,5%, εστίαση 13% και στα ποτά και στα τηλέφωνα της ξενοδοχειακής επιχείρησης επιβάλλεται ΦΠΑ 23%.

7.1.3 Παράδειγμα 3:

Η main courante της επιχείρησης ξενοδοχείο «Απόλλων» παρουσιάζει την κάτωθι εικόνα στις 31/8/2015:

Main Courante										
	Καταναλώσεις									
Υπόλοιπο προηγούμενης	Ύπνος 6,5%	Εστία 13%	Μπαρ 23%	Τηλέφωνο 23%	Σύνολο Ημέρας	Γενικό σύνολο	Εισπρ	Χρεώστες	Συν Διακαν	Υπόλοιπο
200	1300	700	200	80	2280	2480	180	340	520	1960

Ζητείται η λογιστικοποίηση της main courante αν είναι γνωστό ότι ο συντελεστής δημοτικού φόρου είναι 0,5% και ο συντελεστής ΦΠΑ για τον ύπνο είναι 6,5%, για την εστίαση 13%, για το μπαρ 23%, και για τα τηλέφωνα 23%.

Για τον ύπνο έχουμε:

Κάνουμε αποφορολόγηση της τελικής αξίας $\frac{1.300}{1,065} = 1220,66$

Άρα ΦΠΑ 6,5% είναι: $1300 - 1220,66 = 79,34$

και $\frac{1.220,66}{1,005} = 1214,59$

Άρα ο δημοτικός φόρος είναι $1220,66 - 1214,59 = 6,07$

Για την εστία έχουμε:

Κάνουμε αποφορολόγηση της τελικής αξίας $\frac{700}{1,13} = 619,47$

Άρα ο ΦΠΑ 13% είναι: $700 - 619,47 = 80,53$

και $\frac{619,47}{1,005} = 616,39$

Άρα ο δημοτικός φόρος είναι $619,47 - 616,39 = 3,08$

Για το μπαρ έχουμε:

Κάνουμε αποφορολόγηση της τελικής αξίας $\frac{200}{1,23} = 162,60$

Άρα ο ΦΠΑ 23% είναι $200 - 162,60 = 37,4$

και $\frac{162,60}{1,005} = 161,79$

Άρα ο δημοτικός φόρος είναι $162,60 - 161,79 = 0,81$

Για το τηλέφωνο έχουμε:

Κάνουμε αποφορολόγηση της τελικής αξίας $\frac{80}{1,23} = 65,04$

Αρα ο ΦΠΑ 23% είναι $80 - 65,04 = 14,96$
 Δημοτικός φόρος = 0

Σημείωση: τα έσοδα που προέρχονται από τηλέφωνα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν υπάγονται σε δημοτικό φόρο και φορολογούνται με ΦΠΑ 23%.

Πίνακας αποφορολόγησης Main Courante					
	Ύπνος 6,5%	Εστία 13%	Μπαρ 23%	Τηλέφωνο 23%	Σύνολο
Καθαρή αξία	1214,59	616,39	161,79	65,04	2057,81
Δημοτικός φόρος 0,5%	6,07	3,08	0,81		9,96
ΦΠΑ 6,5%	79,34				79,34
ΦΠΑ 13%		80,53			80,53
ΦΠΑ 23%			37,4	14,96	52,36
Τελική αξία	1300	700	200	80	2280

Οι λογιστικές εγγραφές είναι οι εξής:

		31/8/2015			
30	ΠΕΛΑΤΕΣ				2280
30.00	Πελάτες εσωτερικού				
30.00.01	Πελάτες Main Courante				
	ΈΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΑΡΟΧΗ				
73	ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ				2057,81
73.00.01	Έσοδα υπνοδοματίου			1214,6	
73.00.02	Έσοδα εστιατορίου			616,39	
73.00.03	Έσοδα μπαρ			161,79	
73.00.08	Έσοδα τηλεφώνου			65,04	
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ				
54	ΤΕΛΗ				222,19
54.00.71	ΦΠΑ εκροών 6,5%			79,34	
54.00.72	ΦΠΑ εκροών 13%			80,53	
54.00.73	ΦΠΑ εκροών 23%			52,36	
54.10.00	Δημοτικός φόρος 0,5%			9,96	
Μεταφορά Λογαριασμών main courante					
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ				180
38.00	Ταμείο				
38.00.01	Μετρητά επιχείρησης				
33	ΧΡΕΩΣΤΕΣ				340
33.99	Λοιποί χρεώστες επίδικτοι				

33.99.01	Λοιποί χρεώστες	
30	ΠΕΛΑΤΕΣ	520
	Πελάτες εσωτερικού	
	Πελάτες Main Courante	
	Μεταφορά διακανονισμού	

Για το υπόλοιπο προηγούμενης ημέρας δεν κάνουμε εγγραφή παρά μόνο επαλήθευση, δηλαδή:

Υπόλοιπο προηγούμενης μέρας	200
+Κατάσταση Πελατών	2280
- Διακανονισμός	520
Υπόλοιπο σε μεταφορά	1960

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο: ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Συλλογική σύμβαση εργασίας

Σύμφωνα με την Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργατών Επισιτισμού και Υπαλλήλων Τουριστικών Επαγγελματιών καθώς και την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.), οι Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας διαμορφώνονται και είναι οι εξής για την διαχειριστική χρήση 2015 :

8.1 Άρθρο 1

Πεδίο Εφαρμογής

Οι όροι αμοιβής και εργασίας και οι εν γένει σχέσεις των εργαζομένων σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, καθορίζονται ανάλογα με το που έχουν τις εγκαταστάσεις τους, όπως (αστική, ορεινή, παραθαλάσσια περιοχή, επίσης αν είναι εγκατεστημένα σε περιοχή που έχει ιαματικά λουτρά κ.τ.λ.), επιπλέον βασικό ρόλο παίζει και η κατηγορία του ξενοδοχείου που απασχολούνται, όπως είναι για παράδειγμα (ξενοδοχεία, μοτέλ, πανδοχεία, μπανγκαλόους, κάμπινγκ, ξενώνες κ.τ.λ.).

8.2 Άρθρο 2

Κατηγορίες Μισθωτών

Με την παρούσα συλλογική ρύθμιση, οι μισθωτοί ονομάζονται ξενοδοχοϋπάλληλοι και ανάλογα με την ειδικότητα τους κατατάσσονται στις εξής 4 κατηγορίες :

Κατηγορία Α: Υπάλληλος υποδοχής (ρεσεψιονίστ), μάγειρας Α, θυρωρός Α, νυχτοθυρωρός Α, μπουφετζής Α, προϊστάμενος υπνοδωματίων και κοινοχρήστων χώρων, μαιτρ και υπομαίτρ (ή κάπταιν).

Κατηγορία Β: Προϊστάμενος πλυντηρίου και λινοθήκης, μάγειρας Β, βοηθός υποδοχής, μπάρμαν ή μπάρμεϊτ, θυρωρός Β, σερβιτόρος τραπεζαρίας – σαλονιού ή ορόφων (θαλαμηπόλος), οι τηλεφωνητές, οι ελεγκτές ή ταμπελίστες και οι μαϊνκουραντέ.

Κατηγορία Γ: Βοηθός σερβιτόρου, μάγειρας Γ, καμαριέρα-η, οροφοκόμος (βαλές), θυρωρός υπηρεσίας, βοηθός μπουφέ ή θυρωρείου ή εστιατορίου ή μπαρ ή λινοθήκης, γκρουμ, ντόρμαν ή εξωτερικός θυρωρός, λινοθηκάριος.

Κατηγορία Δ: Καθαρίστρια κοινόχρηστων χώρων, μοδίστρα, σιδερώτρια, πλύντρια, λουτρονόμος, λαντζέρης, προϊστάμενος και βοηθός ιατροείου.

8.3 Άρθρο 3

Βασικοί μηνιαίοι μισθοί και ημερομίσθια

α. Οι βασικοί μηνιαίοι μισθοί των εργαζομένων από 1/01/2015 είναι οι εξής:

Κατηγορία Α: 830,18 ευρώ

Κατηγορία Β: 812,67 ευρώ

Κατηγορία Γ: 796,58 ευρώ

Κατηγορία Δ: 761,23 ευρώ

β. Τα ημερομίσθια των εκτάκτως για το 2015 αυξάνεται κατά ποσοστό 1% και ανέρχεται :

- Για τους σερβιτόρους σε 63,13 ευρώ
- Για τους βοηθούς σε 55,05 ευρώ

8.4 Άρθρο 4

Στο πεδίο εφαρμογής εντάσσονται και οι τεχνίτες ζαχαροπλάστες καθώς και οι βοηθοί τεχνίτες ζαχαροπλάστες που εργάζονται σε ξενοδοχεία πάνω στην ειδικότητά τους. Η ένταξή τους σε κατηγορία θα οριστικοποιηθεί από εξαμελούς επιτροπή (Άρθρο 6). Μέχρι να ολοκληρωθεί η διαδικασία αυτή, θα εφαρμόζεται μόνο ως προς τους μη μισθολογικούς όρους της, στις συγκεκριμένες ειδικότητες.

8.5 Άρθρο 5

Καθορισμός ημερών και ωρών εργασίας

α. Από 1/01/1991 πρέπει να ανέρχονται σε 5 οι ημέρες εργασίας και σε 40 ώρες εβδομαδιαία η εργασία των μισθωτών. Σύμφωνα με την παράγραφο 7 της ΔΑ 28/83, οι ημέρες ανάπαυσης ανά εβδομάδα (ρεπό) πρέπει να είναι συνεχόμενες για τους μισθωτούς.

Τα παραπάνω ισχύουν μόνο για τα ξενοδοχεία των (5) και (4) αστερών καθώς (3) και (2) αστερών που έχουν περισσότερα από 35 δωμάτια.

β. Οι επιχειρήσεις επιτρέπεται να απασχολήσουν τους μισθωτούς, πέραν του ανώτατου ορίου της ημερήσιας και της εβδομαδιαίας εργασίας μέχρι μια ώρα ημερησίως, χωρίς να καταβάλουν επιπλέον αμοιβή για την ώρα αυτή, υπό την προϋπόθεση το σύνολο των ωρών ημερησίως να είναι το πολύ 8 ώρες συνολικά και την εβδομάδα να μην υπερβαίνει τις 40 ώρες.

Στην περίπτωση που οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις εφαρμόζουν το σύστημα πενθήμερης εργασίας και εμφανίζουν πληρότητα πάνω από 75% για το διάστημα αυτό, αποδεικνύοντας το βιβλίο πόρτας το ξενοδοχείο, θεωρημένο από την αρμόδια ΔΟΥ, έχει την δυνατότητα να απασχολεί τους μισθωτούς μέχρι 2 ώρες, πέρα του ανώτατου ορίου ημερησίως, χωρίς να καταβάλουν πρόσθετη αμοιβή για τις ώρες αυτές, υπό την προϋπόθεση το σύνολο των ωρών ημερησίως να είναι το πολύ 8 ώρες συνολικά και την εβδομάδα να μην υπερβαίνει τις 40 ώρες.

Στον εργαζόμενο ως αντάλλαγμα-ανταμοιβή των πρόσθετων ωρών εργασίας χορηγείται ανάλογη ημερήσια ανάπαυση (ρεπό).

8.6 Άρθρο 6

Σύσταση επιτροπής ένταξης ειδικοτήτων

Δημιουργείται εξαμελούς επιτροπή, η οποία διερευνά τους όρους αμοιβή και εργασίας των επαγγελματιών ειδικοτήτων που μπορούν να ενταχθούν στην Εθνική Κλαδική Συλλογική Σύμβαση Εργασίας των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλης της χώρας. Αφότου συμφωνήσουν τα συμβαλλόμενα μέρη, στους όρους αυτούς υπογράφουν την ΣΣΕ.

8.7 Άρθρο 7

Διατήρηση διατάξεων-Αρχή ευνοϊκότερης ρύθμισης

Διατηρούνται σε ισχύ όσοι όροι προηγούμενων συλλογικών συμβάσεων (ΣΣΕ, Δ.Α.) δεν καταργούνται ή τροποποιούνται σύμφωνα μ' αυτή τη διάταξη ή δεν αντίκειται στους όρους της.

Επίσης, εξακολουθούν να ισχύουν και να μην διαμορφώνονται οι διατάξεις που προβλέπονται από ατομική σύμβαση, νόμους, διατάγματα, υπουργικές αποφάσεις, συλλογικές ρυθμίσεις, κανονισμούς εργασίας και από επιχειρησιακή συνήθεια.

8.8 Άρθρο 8

Χρόνος ισχύος

Η ισχύς της ΣΣΕ αρχίζει από 1/01/2014 και τελειώνει 31/12/2015.

Με βάση το Εργατικό Δίκαιο, το συλλογικό ωράριο που ακολουθούν οι περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ξεκίνησε από το 1975. Από το 1984 και έπειτα οι Εθνικές Γενικές Συλλογικές Συμβάσεις έχουν καθιερώσει εβδομαδιαία διάρκεια 40 ώρες χωρίς να υπάρχει μείωση στις αποδοχές του εργαζομένου με την προϋπόθεση όμως ότι η επιχείρηση ακολουθεί πενθήμερη εργασία με 8 ώρες την ημέρα, επίσης υπάρχει και το σύστημα εξαήμερης εργασίας με 48 ώρες την εβδομάδα. Το Σύστημα εξαήμερης εργασίας εξακολουθεί να υπάρχει ακόμα, απλά καθιερώνεται σε ελάχιστες επιχειρήσεις.

Υπέρβαση ωραρίου

Η απασχόληση του εργαζομένου πέραν των 40 ωρών μέχρι και την συμπλήρωση των 45 ή 48 ωρών ανάλογα με το σύστημα που ακολουθεί η επιχείρηση ονομάζεται υπερεργασία. Η υπερεργασία προσαυξάνει το ωρομίσθιο με συντελεστή 20% και εφόσον ζητηθεί από τον εργοδότη, ο εργαζόμενος υποχρεούται να εργαστεί.

Υπερωρία

Η απασχόληση του εργαζομένου πέραν των 8 ωρών την ημέρα θεωρείται υπερωρία. Η υπερωρία πέραν από τα νόμιμα όρια, απαγορεύεται και είναι άκυρη.

Για να είναι νόμιμη η υπερωρία πρέπει ο εργοδότης να τηρεί κάποιες προϋποθέσεις όπως:

1. Να έχει άδεια από την αρμόδια αρχή Επιθεώρησης εργασίας ή την Αστυνομική αρχή.
2. Να τηρεί βιβλίο υπερωριών το οποίο πρέπει να είναι θεωρημένο από την επιθεώρηση.
3. Να μην υπερβεί το ανώτατο όριο ωρών που καθορίζεται σε ημερήσια και ετήσια βάση. Ο εργοδότης μπορεί να απασχολεί επιπλέον 3 ώρες ανά ημέρα τον εργαζόμενο, όπου οι 3 ώρες αυτές είναι το ανώτατο όριο και καθορίζονται από το Υπουργείο Εργασίας κάθε εξάμηνο ή έτος.
4. Η ύπαρξη ορισμένου χρόνου δικαιολογεί την υπερωρία όπως για παράδειγμα είναι η εργασία παραμονή των εορτών, αναπλήρωση κάποιων ωρών εργασίας που δεν πραγματοποιήθηκαν κ.λπ.

Εφόσον ακολουθούνται οι παραπάνω προϋποθέσεις η υπερωρία θεωρείται νόμιμη και ο εργαζόμενος κάνει να λαμβάνει 40% επιπλέον του ωρομισθίου του για τις πρώτες 120 ώρες και 60% για περαιτέρω των 120 ωρών απασχόληση.

Παράνομη υπερωρία

Αν δεν πληρούνται οι παραπάνω προϋποθέσεις που έχουν θεσπιστεί από το Υπουργείο η εργασία του εργαζομένου πέραν του 8ώρου θεωρείται παράνομη και ο εργοδότης υποχρεούται να καταβάλει προσαύξηση ίση με 80% επιπλέον του ημερομισθίου. Για την παράνομη υπερωρία ο εργαζόμενος μπορεί να αρνηθεί να εργαστεί και επιπροσθέτως στον εργοδότη επιβάλλονται ποινικές κυρώσεις από την επιθεώρηση και καταβολή αποζημίωσης προς τον εργαζόμενο.

Προσδιορισμός Υπερεργασίας και υπερωρίας.

Για τον προσδιορισμό αμοιβής του εργαζομένου από υπερεργασία και υπερωρία πρέπει αρχικά να προσδιοριστεί το ωρομίσθιο το οποίο υπολογίζεται από τον τύπο (μισθός $X \frac{6}{25}$) / 40, 6 είναι οι μέρες που εργάζεται την εβδομάδα και 25 είναι οι μέρες που εργάζεται τον μήνα. Για τους εργαζομένους που αμείβονται με ημερομίσθιο και ωρομίσθιο ισχύει ο τύπος ημερομίσθιο $X \frac{6}{40}$.

Απασχόληση 6 ημερών εργασίας σε καθεστώς πενθήμερης.

Η εργασία την 6η ημέρα εργασίας σε επιχείρηση που τηρεί πενθήμερη απασχόληση κανονικά θεωρείται παράνομη και συνεπώς άκυρη ωστόσο το ωρομίσθιο που του καταβάλλεται πρέπει να είναι προσαυξημένο κατά 30%

Νυκτερινή εργασία

Οι εργαζόμενοι που εργάζονται νύχτα δικαιούνται εκτός από την κανονική αμοιβή τους επιπλέον προσαύξηση 25%. Νυκτερινή θεωρείται η εργασία από τις 22:00 μέχρι τις 6:00. Αν εκτός από νυκτερινή εργασία συμπέσει και νόμιμη υπερωρία ο μισθός θα υπολογιστεί ως εξής: (ωρομίσθιο $X 0,25$ του ωρομισθίου) $X 0,40$ που είναι η νόμιμη υπερωρία. Επίσης το ίδιο θα ισχύει και με την παράνομη υπερωρία με τη μόνη διαφορά στον συντελεστή που είναι 80% επί της παρένθεσης.

Απασχόληση κατά τις Κυριακές

Η Κυριακή είναι μέρα υποχρεωτικής αργίας και η απασχόληση των εργαζομένων απαγορεύεται. Εφόσον όμως ο εργαζόμενος εργαστεί δικαιούται να λάβει προσαύξηση πέραν του μισθού του 75% ανά ώρα για 5 ώρες εργασίας. Αν εργαστεί περισσότερες από 5 ώρες δικαιούται μία μέρα ανάπαυση μέσα στην ερχόμενη εβδομάδα ή καταβολή ενός ημερομισθίου. Επίσης αν εργαστεί Κυριακή και Υπερωρία η αμοιβή του υπολογίζεται ως εξής: (ωρομίσθιο + 75% του ωρομισθίου) + 80%. Αξίζει επιπλέον να σημειωθεί ότι οι ώρες που εργάζεται κάποιος την Κυριακή δεν συναθροίζονται με τις ώρες της υπόλοιπης εβδομάδας αλλά υπολογίζονται χωριστά.

8.9 Υπολογισμός μισθοδοσίας

Για το υπολογισμό των μισθοδοτικών καταστάσεων χρησιμοποιήθηκαν οι ακόλουθοι συντελεστές οι οποίοι διαφοροποιούνται ανάλογα με το πακέτο κάλυψης. Τα πακέτα κάλυψης διαχωρίζονται σε πακέτα παλαιών ασφαλιζόμενων που έχουν ασφάλιση πριν την 01/01/1993 και νέα πακέτα ασφαλιζόμενων που έχουν ασφάλιση μετά την 01/01/1993.

Τα ποσοστά των Νέων ασφαλιζόμενων είναι:

	Είσοφοι εργαζομένου	Είσοφοι εργοδότη
Πακέτο κάλυψης 115	16,40%	22,16%
4172	2,55%	4,55%
024	4%	-
025	0,29€	-

Τα ποσοστά των Παλαιών ασφαλιζόμενων είναι:

	Είσοφοι εργαζομένου	Είσοφοι εργοδότη
Πακέτο κάλυψης 115	16,4%	22,16%
4172	2,55%	4,55%
023	2%	2%
025	0,29€	-

Πηγή: Ταμείο Πρόνοιας Ιδιωτικού Τομέα «ΤΑΠΙΤ»

Το παράδειγμα Α ' & Δ ' κατηγορίας αφορά συμβάσεις εργασίας με παλιό πακέτο ασφάλισης ενώ Β' & Γ' κατηγορία αφορά νέο πακέτο ασφάλισης.

8.9.1 Παράδειγμα Α κατηγορίας:

Ο Υπάλληλος υποδοχής εργάστηκε το μήνα Ιούλιο 24 μέρες, είναι άγαμος έχει 12 χρόνια προϋπηρεσία στον ίδιο χώρο εργασίας και του καταβάλλεται επιπλέον επίδομα εκπαίδευσης και επίδομα εποχιακής απασχόλησης. Το πρόγραμμα που ακολούθησε κατά το μήνα Ιούλιο είχε ως εξής:

14 μέρες εργάστηκε από 7:00 – 15:00

6 μέρες εργάστηκε από 15:00 -23:00 (6 ώρες νύχτα)

4 μέρες εργάστηκε από 23:00-7:00 (28 ώρες νύχτα)

Σημείωση: Η μία απ' τις μέρες που εργάστηκε ήταν Σάββατο

Άρα, έχουμε συνολικά 34 ώρες νυχτερινή εργασία (25%)

Αρχικά πρέπει να υπολογίσουμε την αμοιβή του εργαζομένου ανά ώρα.

Πέρα των 40 ωρών εργάστηκε επιπλέον 8 ώρες λόγω της εξαήμερης εργασίας του οι οποίες θεωρούνται υπερεργασία και υπολογίζονται ως εξής:

Υπολογισμός ωρομισθίου	$\{(1159,88 \times 6) / 25\} = 278,34 / 40 = 5,95\text{€}$
Υπερεργασία	$\{5,95 + (5,95 \times 0,20)\} \times 8 = 57,12\text{€}$
Νυκτερινή εργασία	$\{5,95 + (5,95 \times 0,25)\} \times 34 = 252,87\text{€}$
Συνολικές μηνιαίες αποδοχές	1469,87

8.9.2 Παράδειγμα 'Α κατηγορίας:

Καθαρίστρια κοινόχρηστων χώρων εργάστηκε το μήνα Ιούλιο 24 μέρες, είναι έγγαμη με 3 παιδιά, έχει 16 χρόνια προϋπηρεσία και της καταβάλλεται επιπλέον επίδομα εποχιακής απασχόλησης. Το πρόγραμμα που ακολούθησε κατά το μήνα Ιούλιο είχε ως εξής:

Και τις 24 μέρες εργάστηκε από 09:00 - 17:00 εκ των οποίων η μία μέρα ήταν Σάββατο και έλαβε τρία νόμιμα ρεπό.

Υπολογισμός ωρομισθίου	$\{(1020,99 \times 6) / 25\} = 245,03 / 40 = 5,29\text{€}$
Υπερεργασία	$\{6,12 + (6,12 \times 0,20)\} \times 8 = 58,75\text{€}$
Συνολικές μηνιαίες αποδοχές	1079,74€

8.9.3 Παράδειγμα 'Β κατηγορίας:

Σερβιτόρος εργάστηκε το μήνα Ιούλιο 25 μέρες, είναι άγαμος, έχει 2 χρόνια προϋπηρεσία στον ίδιο χώρο εργασίας και του καταβάλλεται επιπλέον επίδομα εποχιακής απασχόλησης. Το πρόγραμμα που ακολούθησε κατά το μήνα Ιούλιο είχε ως εξής:

18 μέρες εργάστηκε από 12:00 – 20:00

5 μέρες εργάστηκε από 12:00 – 20:00

1 μέρα εργάστηκε Σάββατο 12:00 – 20:00

1 μέρα εργάστηκε Κυριακή 13:00 – 21:00

Έλαβε 4 νόμιμα ρεπό εκ των οποίων το ένα προέκυψε λόγω εργασίας την Κυριακή.

Υπολογισμός ωρομισθίου	$\{(888,56 \times 6) / 25\} = 213,25 / 40 = 5,33\text{€}$
Υπερεργασία	$\{5,33 + (5,33 \times 0,2)\} \times 8 = 51,16\text{€}$

Εργασία την Κυριακή	$\{5,33 + (5,33 \times 0,75)\} \times 8 = 74,62\text{€}$
Συνολικές μηνιαίες αποδοχές	1014,34€

8.9.4 Παράδειγμα Γ κατηγορίας:

Καμαριέρα εργάστηκε το μήνα Ιούλιο 24 μέρες, είναι άγαμη, έχει ένα χρόνο προϋπηρεσία και του καταβάλλεται επιπλέον επίδομα εποχιακής απασχόλησης.

Το πρόγραμμα που ακολούθησε κατά το μήνα Ιούλιο είχε ως εξής:

15 μέρες εργάστηκε από 08:00 - 16:00

5 μέρες εργάστηκε από 14:00 - 22:00

3 μέρες εργάστηκε από 14:00 - 23:00, Νόμιμη υπερωρία

1 μέρες εργάστηκε από 14:00 - 00:00, Παράνομη υπερωρία

Υπολογισμός ωρομισθίου	$\{(882,40 \times 6) / 25\} = 211,77 / 40 = 5,29\text{€}$
Υπερεργασία	$\{5,29 + (5,29 \times 0,20)\} \times 8 = 50,78\text{€}$
Νόμιμη υπερωρία	$\{5,29 + (5,29 \times 0,40)\} \times 3 = 22,22\text{€}$
Παράνομη υπερωρία	$\{5,29 + (5,29 \times 0,80)\} \times 2 = 19,04\text{€}$
Συνολικές μηνιαίες αποδοχές	974,44€

Παρακάτω παρουσιάζονται υποδείγματα (καρτέλες), για την κάθε κατηγορία μισθοδοσίας που περιγράφηκε παραπάνω (Α, Δ, Β, Γ). Στην συνέχεια ακολουθούν με τον ίδιο τρόπο οι λογιστικές εγγραφές μισθοδοσίας για την κάθε κατηγορία ξεχωριστά.

Υπόδειγμα μισθοδοτικής κατάστασης για την κατηγορία Α

ΜΙΣΘΟΔΟΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΙΟΥΛΙΟΥ										
Επωνυμία επιχείρησης : Mediterranean Hotel			Διευθυνση : Ναύπλιο			Υπάλληλος: Χρήστος Ανάγνου			Αρ. Μητρώου: 1021	
						Κρατήσεις ΙΚΑ - ΕΤΑΜ				
A.M	Όνομα/νυμο	Ειδικότητα	Ακαθάριστες Αποδοχές	Προσαυξήσεις	Καθαρές Αποδοχές	Εισφορές Εργοδότη	Εισφορές Εργαζομένου	Σύνολο Κρατήσεων	Φ.Μ.Υ	Καταβλητέο Ποσό
1	Χρήστος Μίχας	Υπάλληλος Υποδοχής	1469,87	309,99	1159,88	421,98	308,23	730,21	173,18 8,35	980,11

Υπόδειγμα μισθοδοτικής κατάστασης για την κατηγορία Δ

ΜΙΣΘΟΔΟΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΙΟΥΛΙΟΥ										
Επωνυμία επιχείρησης : Mediterranean Hotel			Διευθυνση : Ναύπλιο			Υπάλληλος: Χρήστος Ανάγνου			Αρ. Μητρώου: 1021	
						Κρατήσεις ΙΚΑ - ΕΤΑΜ				
A.M	Όνομα/νυμο	Ειδικότητα	Ακαθάριστες Αποδοχές	Προσαυξήσεις	Καθαρές Αποδοχές	Εισφορές Εργοδότη	Εισφορές Εργαζομένου	Σύνολο Κρατήσεων	Φ.Μ.Υ	Καταβλητέο Ποσό
2	Μαρία Τριανταφύλλου	Καθαρίστρια	1079,74	58,75	1020,99	309,99	226,48	536,47	87,54	765,72

Υπόδειγμα μισθοδοτικής κατάστασης για την κατηγορία Β

ΜΙΣΘΟΔΟΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΙΟΥΛΙΟΥ										
Επωνυμία επιχείρησης : Mediterranean Hotel			Διευθυνση : Ναύπλιο			Υπάλληλος: Χρήστος Ανάγνου			Αρ. Μητρώου: 1021	
						Κρατήσεις ΙΚΑ - ΕΤΑΜ				
A.M	Όνομα/νυμο	Ειδικότητα	Ακαθάριστες Αποδοχές	Προσαυξήσεις	Καθαρές Αποδοχές	Εισφορές Εργοδότη	Εισφορές Εργαζομένου	Σύνολο Κρατήσεων	Φ.Μ.Υ	Καταβλητέο Ποσό
3	Ιωάννης Βασιλείου	Σερβιτότος	1014,34	125,78	888,56	249,11	198,08	447,19	73,15	743,11

Υπόδειγμα μισθοδοτικής κατάστασης για την κατηγορία Γ

ΜΙΣΘΟΔΟΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΙΟΥΛΙΟΥ										
Επωνυμία επιχείρησης : Mediterranean Hotel			Διευθυνση : Ναύπλιο			Υπάλληλος: Χρήστος Ανάγνου			Αρ. Μητρώου: 1021	
						Κρατήσεις ΙΚΑ - ΕΤΑΜ				
A.M	Όνομα/νυμο	Ειδικότητα	Ακαθάριστες Αποδοχές	Προσαυξήσεις	Καθαρές Αποδοχές	Εισφορές Εργοδότη	Εισφορές Εργαζομένου	Σύνολο Κρατήσεων	Φ.Μ.Υ	Καταβλητέο Ποσό
4	Ελένη Χατζή	Καμαριέρα	974,44	92,04	882,40	260,28	223,90	484,18	64,37	686,17

Η λογιστικές εγγραφές για την κάθε κατηγορία μισθοδοσίας είναι οι εξής:

Α ' ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

		Β.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
60	ΑΜΟΙΒΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ			
60.00	Αμοιβές έμμισθου προσωπικού			
60.00.00	Τακτικές Αποδοχές		1469,87	
60.03.00	Εργοδοτικές Εισφορές ΙΚΑ		421,98	
53	ΠΙΣΤΩΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ			
53.00	Αποδοχές προσωπικού πληρωτέες			
53.00.00	Υπόλοιπο καταβλητέο μισθωτών			980,11
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ			
54.03	Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών			
54.03.00	Φ.Μ.Υ			173,18
54.03.10	Ειδική Εισφορά Αλληλεγκκής			8,35
55	ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ			
55.00	Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων			
55.00.00	ΙΚΑ Ναυπλίου			730,21

Μισθοδοτική Κατάσταση μηνός Ιουλίου για τον Χρήστο Μίχα

Δ ' ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

		Β.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
60	ΑΜΟΙΒΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ			
60.00	Αμοιβές έμμισθου προσωπικού			
60.00.00	Τακτικές Αποδοχές		1079,74	
60.03.00	Εργοδοτικές Εισφορές ΙΚΑ		309,99	
53	ΠΙΣΤΩΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ			
53.00	Αποδοχές προσωπικού πληρωτέες			
53.00.00	Υπόλοιπο καταβλητέο μισθωτών			765,72
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ			
54.03	Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών			
54.03.00	Φ.Μ.Υ			87,54
54.03.10	Ειδική Εισφορά Αλληλεγκκής			
55	ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ			
55.00	Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων			
55.00.00	ΙΚΑ Ναυπλίου			536,47

Μισθοδοτική Κατάσταση μηνός Ιουλίου 2015 για την Μ. Τριανταφύλλου

Β ' ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

		Β.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
60	ΑΜΟΙΒΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ			
60.00	Αμοιβές έμμισθου προσωπικού			
60.00.00	Τακτικές Αποδοχές		1014,34	
60.03.00	Εργοδοτικές Εισφορές ΙΚΑ		249,11	
53	ΠΙΣΤΩΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ			
53.00	Αποδοχές προσωπικού πληρωτέες			
53.00.00	Υπόλοιπο καταβλητέο μισθωτών			743,11
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ			
54.03	Φόρος Μισθοτών Υπηρεσιών			
54.03.00	Φ.Μ.Υ			73,15
54.03.10	Ειδική Εισφορά Αλληλεγκύης			
55	ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ			
55.00	Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων			
55.00.00	ΙΚΑ Ναυπλίου			447,19

Μισθοδοτική Κατάσταση μηνός Ιουλίου 2015 για τον Βασιλείου

Γ ' ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ

		Β.Σ	ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ
60	ΑΜΟΙΒΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ			
60	Αμοιβές έμμισθου προσωπικού			
60.00.00	Τακτικές Αποδοχές		974,44	
60.03.00	Εργοδοτικές Εισφορές ΙΚΑ		260,28	
53	ΠΙΣΤΩΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ			
53.00	Αποδοχές προσωπικού πληρωτέες			
53.00.00	Υπόλοιπο καταβλητέο μισθωτών			686,17
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ			
54.03	Φόρος Μισθοτών Υπηρεσιών			
54.03.00	Φ.Μ.Υ			64,37
54.03.10	Ειδική Εισφορά Αλληλεγκύης			
55	ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ			
55.00	Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων			
55.00.00	ΙΚΑ Ναυπλίου			484,18

Μισθοδοτική Κατάσταση μηνός Ιουλίου 2015 για την Ε. Χατζή

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΣΥΝΤΑΞΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

9.1 Η έννοια του ισολογισμού

Ο ισολογισμός ορίζεται ως η λογιστική κατάσταση η οποία απεικονίζει συνοπτικά, με βάση το είδος και την αξία τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης σε ορισμένη χρονική στιγμή αποτιμημένα στο ίδιο νόμισμα.

Είναι μια πράξη η οποία διενεργείται μετά απ' την απογραφή (προκύπτει απ' αυτήν) και παρουσιάζει την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης συνοπτικά ως προς το είδος και την αξία, σε αντίθεση με την απογραφή, η οποία περιγράφει την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης αναλυτικά ως προς το είδος, την ποσότητα, την ποιότητα και την αξία.

Γενικά για τον ισολογισμό ισχύουν οι εξής ιδιότητες:

- **Ενεργητικό = Παθητικό και**
- **Ενεργητικό = Παθητικό + Καθαρή Θέση**

Γίνεται αντιληπτό ότι ο ισολογισμός πρέπει να παρουσιάζει την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης με σαφήνεια και ακρίβεια τόσο απ' την οικονομική όσο και απ' την νομική μορφή του κάθε περιουσιακού στοιχείου, έτσι ώστε να είναι δυνατόν να μπορεί να συγκριθεί με άλλους ισολογισμούς προηγούμενων χρήσεων ή ομοειδών επιχειρήσεων.

Κάποιος τρίτος ο οποίος ενδιαφέρεται να γνωρίσει την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης μπορεί να το κάνει μέσω του ισολογισμού που δημοσιεύεται. Σημαντικό είναι ο ισολογισμός να εμφανίζει ορισμένα χαρακτηριστικά προκειμένου να είναι ορθός.

- Να προκύπτει από ειλικρινή απογραφή και υποτίμηση
- Να είναι σαφής η ονοματολογία των περιουσιακών στοιχείων
- Τα περιουσιακά στοιχεία να κατατάσσονται κατά ομοειδής κατηγορίες
- Να μην γίνεται συμψηφισμός ανόμοιων περιουσιακών στοιχείων (πχ οι προκαταβολές που έχει δεχθεί η επιχείρηση απ' τους πελάτες και στους οποίους οφείλει, να μην συμψηφίζονται με τους προμηθευτές)
- Να δημοσιεύεται μαζί με τον λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσεως και τον πίνακα διαθέσεως των κερδών.

9.1.1 Χρόνος συντάξεως του ισολογισμού

Ο ισολογισμός συντάσσεται σε 4 μήνες αν πρόκειται για ΑΕ ή συνεταιρισμό, αλλιώς συντάσσεται σε 3 μήνες και σύμφωνα με την νομοθεσία που ισχύει. Για τις αλλοδαπές επιχειρήσεις ή τις επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται ποντοπόρα πλοία συντάσσεται μέσα σε 6 μήνες απ' την λήξη της διαχειριστικής χρήσης και ονομάζεται τελικός ισολογισμός της χρήσης που κλείνει και αρχικός της χρήσης που ανοίγει.

Γενικά κατά τη διάρκεια της χρήσης μπορούν να συντάσσονται ισολογισμοί και σε πιο σύντομα χρονικά διαστήματα, όπως κάθε μήνα, δίμηνο, τρίμηνο για να πληροφορείται η διοίκηση για την πορεία της επιχείρησης. Οι ισολογισμοί αυτοί δεν καταχωρούνται στο βιβλίο των απογραφών και των ισολογισμών. Επιπλέον για τα ίδια χρονικά διαστήματα είναι σημαντικό να συντάσσονται προϋπολογισμοί δράσης, καθώς και να γίνονται απολογιστικές μελέτες και έλεγχοι.

Οι ισολογισμοί οι οποίοι συντάσσονται στις επιχειρήσεις είναι οι εξής:

1. Ισολογισμός ιδρύσεως, ο οποίος συντάσσεται με την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης.
2. Ο ισολογισμός διαχειριστικής χρήσης, ο οποίος συντάσσεται κάθε 12 μήνες πέραν απ' τον ισολογισμό της πρώτης διαχειριστικής χρήσης, ο οποίος μπορεί να συνταχτεί μέσα σε 24 μήνες.
3. Ισολογισμός συγχωνεύσεως ή μετατροπής.
4. Ισολογισμός διαλύσεως και εκκαθαρίσεως.
5. Ισολογισμός (ενδιάμεσος), ο οποίος συντάσσεται κατά τη διάρκεια της χρήσης, για πληροφοριακούς λόγους.

9.1.2 Μορφές ισολογισμού

Ο ισολογισμός μπορεί να διακριθεί σε:

1. **Θετικό ή Ενεργητικό**, όταν το Ενεργητικό είναι μεγαλύτερο απ' το Πραγματικό Παθητικό (υποχρεώσεις σε τρίτους) ή δεν υπάρχει Πραγματικό Παθητικό. Έτσι υπάρχει θετική Καθαρή Περιουσία (ΚΠ) ή θετική Καθαρή Θέση (ΚΘ).
2. **Ουδέτερο**, στον οποίο το Ενεργητικό είναι ίσο με το Πραγματικό Παθητικό. Στην περίπτωση αυτή δεν υπάρχει Καθαρή Θέση (ΚΘ) και η επιχείρηση, ότι έχει το χρωστάει σε τρίτους.
3. **Αρνητικό ή Παθητικό**, στον οποίο το Ενεργητικό είναι μικρότερο από το Πραγματικό Παθητικό ή δεν υπάρχει καθόλου Ενεργητικό. Στην περίπτωση αυτή η Καθαρή Θέση είναι αρνητική, λέγεται έλλειμμα ή ζημία και γράφεται στο σκέλος του Ενεργητικού, ως απαίτηση της επιχείρησης, επειδή ο επιχειρηματίας που φέρει τον επιχειρηματικό κίνδυνο, πρέπει να το καλύψει από την ατομική του περιουσία.

9.2 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ) είναι μια έκθεση που περιλαμβάνει συνοπτικές πληροφορίες για τα έσοδα, τα κέρδη, τα έξοδα και τις ζημιές που πραγματοποιήθηκαν σε μια συγκεκριμένη λογιστική χρήση. Ο λογαριασμός Αποτελέσματα Χρήσεως ανοίγει στο τέλος κάθε χρήσης και από αυτόν προκύπτει το καθαρό συνολικό αποτέλεσμα (κέρδος ή ζημία) πριν αφαιρεθούν οι φόροι. Πρέπει πάντα στα αποτελέσματα χρήσης να εμφανίζονται ο τίτλος «ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ», η λογιστική χρήση στην οποία αναφέρεται και η νομισματική μονάδα.

Τα αποτελέσματα χρήσης ως προς το περιεχόμενό τους διαιρούνται σε δύο μέρη:

- **Το πρώτο μέρος** περιέχει τα στοιχεία των λογαριασμών των λειτουργικών εσόδων και των λειτουργικών εξόδων, δηλαδή των στοιχείων εκείνων που προσδιορίζουν το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης.
- **Το δεύτερο μέρος** περιλαμβάνει τους λογαριασμούς των μη λειτουργικών (έκτακτων) εσόδων και κερδών και κατόπιν αυτούς των μη λειτουργικών εξόδων και ζημιών.

9.2.1 Κατάταξη λογαριασμών των λειτουργικών εξόδων

Η κατάταξη των λογαριασμών των λειτουργικών εξόδων διακρίνεται σ' αυτά που κατατάσσονται κατά είδος και σ' αυτά που κατατάσσονται κατά λειτουργία.

Κατάταξη εξόδων κατά είδος: η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τα έξοδα τα οποία είναι κατανεμημένα κατά είδος (πχ χρεωστικοί τόκοι, ενοίκια, αποσβέσεις, έξοδα μεταφοράς) και

αυτό συμβαίνει γιατί στη επιχείρηση ενδιαφέρει το είδος του εξόδου και όχι ο σκοπός για τον οποίο πραγματοποιήθηκε.

Τα έσοδα και τα έξοδα στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ) πρέπει να εμφανίζονται ως εξής:

Έσοδα από πωλήσεις εμπορευμάτων ή προϊόντων/παροχή υπηρεσιών
+ Έσοδα από λοιπές συνήθειες δραστηριότητες
- Έξοδα κατ' είδος
= **Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης**

Κατάταξη εξόδων κατά λειτουργία: στην κατηγορία αυτή τα έξοδα παρουσιάζονται στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ) ομαδοποιημένα σε δύο κατηγορίες.

- **Η πρώτη κατηγορία** περιλαμβάνει έξοδα διοικητικής λειτουργίας, λειτουργίας ερευνών και ανάπτυξης καθώς και της λειτουργίας διάθεσης αποθεμάτων.
- **Η δεύτερη κατηγορία** περιλαμβάνει έξοδα που αφορούν την χρηματοοικονομική λειτουργία.

Η κατάταξη στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης των λογαριασμών λειτουργικών εσόδων/εξόδων, κατά λειτουργία είναι η εξής:

Έσοδα από πωλήσεις εμπορευμάτων και προϊόντων/παροχή υπηρεσιών
- Κόστος Πωληθέντων/Πωλήσεων (αφού αφαιρεθούν από αυτές οι επιστροφές και οι εκπτώσεις)
= **Μικτό Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης (Μικτό Κέρδος/Ζημιά)**
+ άλλα Έσοδα Εκμετάλλευσης
- Έξοδα διοικητικής λειτουργίας
- Έξοδα λειτουργίας ερευνών – ανάπτυξης
- Έξοδα λειτουργίας διάθεσης
= **Μερικά Αποτελέσματα Εκμετάλλευσης (Λειτουργικά Έσοδα/Έξοδα)**
+ Πιστωτικοί τόκοι
+ Έσοδα από συμμετοχές και χρεόγραφα
+ Κέρδη πώλησης συμμετοχών και χρεογράφων
- Χρεωστικοί τόκοι
- Έξοδα συμμετοχών και χρεογράφων
- Ζημιές πώλησης συμμετοχών και χρεογράφων
= **Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης (Έσοδα/Έξοδα/Κέρδη/Ζημιές Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας).**

9.3 Καθολικά

Καθολικό είναι η συγκέντρωση των λογαριασμών και των ποσών του ημερολογίου σε ειδικά διαμορφωμένους πίνακες ή κινητά φύλλα τα οποία έχουν μορφή (Τ) και σκοπός τους είναι να επαληθεύσουν με το άθροισμά τους το άθροισμα του ημερολογίου.

9.3.1 Διακρίσεις καθολικών

Τα καθολικά διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

1. **Γενικά Καθολικά** που μεταφέρονται οι λογαριασμοί που δεν χρειάζονται περαιτέρω ανάλυση όπως Ταμείο, οικόπεδο κλπ,
2. **Αναλυτικά καθολικά** που μεταφέρονται οι λογαριασμοί που χρειάζονται περαιτέρω ανάλυση όπως είναι οι πελάτες, οι προμηθευτές κλπ.

Τα καθολικά έχουν μορφή T, με αριστερά τους λογαριασμούς που χρεώνονται και δεξιά τους λογαριασμούς που πιστώνονται.

9.4 Ισοζύγιο

Ισοζύγιο είναι ένας πίνακας που μεταφέρονται και καταχωρούνται λογαριασμοί και ποσά τα οποία έχουν στόχο να επαληθεύσουν τα αποτελέσματα του γενικού και του αναλυτικού καθολικού.

Σκοπός του ισοζυγίου είναι αρχικά να εμφανίσει την πραγματική πορεία της επιχείρησης με την σύνταξή του και αυτό συμβαίνει διότι εμφανίζονται λογαριασμοί ισολογισμού, αποτελεσμάτων ακόμα και εξισωμένοι λογαριασμοί, κατά δεύτερο λόγο μπορεί να βοηθά τα διοικητικά στελέχη ώστε να πάρουν εύκολα και άμεσα αποφάσεις για την σωστή λειτουργία της επιχείρησης.

9.4.1 Διακρίσεις ισοζυγίου

Το ισοζύγιο διακρίνεται ανάλογα με τους λογαριασμούς: σε **ισοζύγιο αναλυτικού καθολικού** όπου μεταφέρονται οι αναλυτικοί λογαριασμοί, και σε **ισοζύγιο γενικού καθολικού** όπου συνήθως μεταφέρονται οι πρωτοβάθμιοι λογαριασμοί.

Μία ακόμα διάκριση είναι ανάλογα με το πότε καταρτίζονται, δηλαδή:

1. **Προσωρινό Ισοζύγιο:** καταρτίζεται σε τακτά χρονικά διαστήματα συνήθως κάθε μήνα.
2. **Β' Προσωρινό ή Προσαρμοσμένο Ισοζύγιο:** καταρτίζεται στο τέλος της χρήσης, μετά της εγγραφές τακτοποίησης.
3. **Οριστικό Ισοζύγιο** καταρτίζεται στο τέλος της χρήσης και είναι το ισοζύγιο που περιλαμβάνει όλους τους λογαριασμούς με τα αποτελέσματα τους, τα οποία μεταφέρονται και στον ισολογισμό.

Τα Ισοζύγια έχουν μορφή πίνακα με έξι στήλες και εμφανίζουν χρέωση και πίστωση των ποσών καθώς και τα υπόλοιπά των λογαριασμών. Το σύνολο των ποσών στην χρέωση και πίστωση πρέπει να ισούται με το σύνολο των ημερολογιακών εγγραφών.

9.5 Αποσβέσεις

Απόσβεση είναι η αποτίμηση των αποθεμάτων υπηρεσιών ή χρησιμοτήτων των ΠΠΣ. Τα ΠΠΣ έχουν Ωφέλιμη Διάρκεια Ζωή (ΩΔΖ) μεγαλύτερη από ένα έτος. Η οικονομική μονάδα αγοράζει ένα ΠΠΣ με σκοπό να της δημιουργήσει έσοδα. Οι αποσβέσεις είναι ένας «μηχανισμός» που επαναφέρει μέχρι το τέλος της ΩΔΖ του παγίου την αγοραστική του αξία, έτσι ώστε να προστατεύει το κεφάλαιο της επιχείρησης, αρκεί τα έσοδα της χρήσης να καλύπτουν το σύνολο των ταμειακών και μη ταμειακών εξόδων της. Η απόσβεση είναι μη ταμειακό έξοδο, επιβαρύνει τα αποτελέσματα κάθε λογιστικής χρήσης και μειώνει την φορολογική επιβάρυνση των επιχειρήσεων.

Οι βασικές αιτίες που υπόκεινται σε απόσβεση ένα ΠΠΣ εκτός από τα οικοδομήσιμα γήπεδα και τις λοιπές εδαφικές εκτάσεις είναι:

- **Λειτουργική φθορά**

Η απόδοση ενός ΠΠΣ εξαρτάται από τον βαθμό, τον τρόπο χρησιμοποίησής του καθώς και την συντήρηση που θα έχει.

- **Χρονική φθορά**

Στη φθορά αυτή υπόκεινται όλα τα ΠΠΣ εκτός από τα οικοδομήσιμα γήπεδα και εδαφικές εκτάσεις που οφείλεται στην απλή πάροδο του χρόνου. Η αξία των ασώματων ακινητοποιήσεων και ορισμένων παγίων μειώνεται με την πάροδο των χρόνων ανεξάρτητα από το εάν αξιοποιήθηκαν ή όχι (π.χ. εμπορικά σήματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, αυτοκίνητα, κτίρια, έπιπλα κ.λ.π.).

- **Οικονομική και τεχνολογική απαξίωση**

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, έχει ως συνέπεια να δημιουργούνται συνέχεια νέα, βελτιωμένα, πιο παραγωγικά και αποδοτικά ΠΠΣ, καθώς και με το ίδιο κόστος, παράγουν έργο μεγαλύτερο ποσοτικά και ποιοτικά από τα υπάρχοντα πάγια.

9.5.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες

Για τον υπολογισμό των αποσβέσεων πρέπει να γνωρίζουμε την αποσβεστέα αξία, την ΩΔΖ του παγίου και την μέθοδο απόσβεσης.

Αποσβεστέα αξία: ενός αποσβέσιμου ΠΠΣ είναι το ιστορικό κόστος ή η αναπροσαρμοσμένη αξία μείων την υπολειμματική

Ωφέλιμη διάρκεια ζωής (ΩΔΖ): είναι το διάστημα στο οποίο το ΠΠΣ λειτουργεί παραγωγικά, μετά το πέρας της ΩΔΖ το πάγιο εξακολουθεί να λειτουργεί αλλά δεν είναι παραγωγικό, καθώς οι δαπάνες συντήρησης θα υπερβαίνουν τα ωφέλη που θα προσφέρει στην επιχείρηση.

Η ΩΔΖ μπορεί να δηλωθεί σε:

Ø **Μονάδες χρόνου:** έτος, μήνες, μέρες

Ø **Μονάδες παραγωγής:** τεμάχια, μέτρα κλπ

Ø **Μονάδες έργου:** ώρες λειτουργίας μηχανήματος, διανυόμενα χιλιόμετρα μεταφορικών μέσων

Μέθοδοι Αποσβέσεων: Οι αποσβέσεις μπορούν να υπολογιστούν με τρεις μεθόδους, με την σταθερή, την αύξουσα και την φθίνουσα μέθοδο.

- **Σταθερή μέθοδος:**

Ο αποκλειστικός παράγοντας μείωσης του παγίου είναι ο χρόνος. Είναι η πιο διαδεδομένη μέθοδος στην Ελλάδα καθώς είναι πιο εύκολη στη λογιστική πρακτική. Το μειονέκτημα που έχει αυτή η μέθοδος, είναι ότι ενώ οι φθορές αυξάνονται από χρόνο σε χρόνο, υπολογίζει το ίδιο ποσό φθοράς για κάθε χρόνο.

Παράδειγμα: Μηχάνημα X έχει Αξία Κτήσης 350.000, Υπολειμματική Αξία 50.000 και ΩΔΖ 5 έτη.

Άρα η αποσβεστέα αξία = AK - YA = 350.000 - 50.000 = 300.000 και Σ.Α. = 1/5 = 0.2

Έτη	Αξία αρχής περιόδου	Απόσβεση	Συσσωρευμένη απόσβεση	Αναπόσβεστη αξία
1	350.000	60.000	60.000	290.000
2	290.000	60.000	120.000	230.000
3	230.000	60.000	180.000	170.000
4	170.000	60.000	240.000	110.000
5	110.000	60.000	300.000	50.000

• **Η μέθοδος της φθίνουσας απόσβεσης:**

Τα ετήσια ποσά των αποσβέσεων μειώνονται από χρόνο σε χρόνο. Η μέθοδος αυτή μπορεί να μην είναι τόσο εύκολη στη χρήση της, αλλά είναι η καταλληλότερη για πάγια που έχουν μεγάλη αποδοτικότητα στα πρώτα έτη της ΩΔΖ και μειωμένη στα επόμενα χρόνια της ζωής του, διότι με το σκεπτικό ότι στα πρώτα έτη, τα έσοδα θα είναι μεγαλύτερα θα επιβαρυνθούν με μεγαλύτερες αποσβέσεις, αντίστοιχα στα επόμενα έτη με μικρότερα έσοδα θα υπάρχουν λιγότερες αποσβέσεις. Επίσης είναι η ιδανικότερη μέθοδος για τα πάγια που έχουν τις σημαντικότερες φθορές στα πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους.

Για να υπολογίσουμε την φθίνουσα απόσβεση έχουμε τα εξής συστήματα :

• **Μέθοδος σταθερού συντελεστή απόσβεσης στην αναπόσβεστη αξία**

Για να υπολογίσουμε τον ετήσιο συντελεστή απόσβεσης, πολλαπλασιάζουμε την εκάστοτε αναπόσβεστη αξία με τον ακόλουθο τύπο:

Συντελεστής απόσβεσης:

$$1 - \sqrt[n]{\frac{YA}{AK}}$$

Παράδειγμα: Τα δεδομένα ίδια όπως το προηγούμενο παράδειγμα.

Όπου n (Έτη) = 5, υπολειμματική αξία (YA) = 50.000 και αξία κτήσης (AK) = 350.000, άρα ο συντελεστής απόσβεσης είναι $\rho = 0,32$ ή 32%

Έτος	Αξία κτήσης	Συντελεστής	Αποσβέσεις	Συσσωρευμένες	Αναπόσβεστη
1	350.000	32.00%	112.000	112.000	238.000

2	238.000	32.00%	76.160	188.160	161.840
3	161.840	32.00%	51.788,8	239.948,8	110.051,2
4	110.051,2	32.00%	35.216,38	275.165,18	74.834,82
5	74.834,82	32.00%	23.947,14	299.112,32	50.887,67

· **Μέθοδος του αθροίσματος των ψηφίων**

Για να υπολογίσουμε τον ετήσιο συντελεστή απόσβεσης αθροίζουμε τα έτη στα οποία θα χρησιμοποιηθεί το πάγιο και με τον αριθμό αυτό διαιρούμε τα έτη που απομένουν για την πλήρη απόσβεση του και στη συνέχεια πολλαπλασιάζουμε την αποσβεστέα αξία με τον συντελεστή που προκύπτει.

Παράδειγμα: Τα ίδια δεδομένα με το παραπάνω παράδειγμα

Άρα ο παρανομαστής είναι $1+2+3+4+5=15$

Έτος	Κόστος κτήσης	Συντελεστής Απόσβεσης		Αποσβέσεις Έτους	Συσ/μένες Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη Αξία
1	350.000	5/15	33.33%	115.500	115.500	234.500
2	350.000	4/15	26.67%	93.333.33	208.833.33	141.166.67
3	350.000	3/15	20.00%	70.000	278.833.33	71.166.67
4	350.000	2/15	13.33%	46.666.66	325.499.99	24.500.01
5	350.000	1/15	6.67%	23.333.33	348.833.32	1.166.68
		15/15	100%	348.833.32		

§ **Μέθοδος της αύξουσας απόσβεσης**

Στην μέθοδο αυτή οι ετήσιες αποσβέσεις γίνονται όλο και περισσότερες από χρόνο σε χρόνο. Η μέθοδος αυτή ταιριάζει σε ΠΠΣ που παρουσιάζουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα με την πάροδο του χρόνου και εμφανίζουν απόσβεση μετά τα πρώτα χρόνια.

Υπολογισμός απόσβεσης με τα εξής συστήματα:

§ **Σύστημα του προοδευτικά αυξανόμενου συντελεστή**

Ο συντελεστής απόσβεσης είναι προοδευτικά αυξανόμενος από έτος σε έτος και οι ετήσιες αποσβέσεις είναι η αποσβεστέα αξία x τον συντελεστή απόσβεσης.

Παράδειγμα:

Η επιχείρηση αγοράζει ΠΠΣ αξίας 5.500.000, η υπολειμματική του αξία είναι 500.000 και θέλει να το αποσβέσει με αύξουσα μέθοδο με το σύστημα του προοδευτικά αυξανόμενου συντελεστή μέσα σε 5 χρόνια της ΩΔΖ. Η επιχείρηση θέτει $a=6$

Ο συντελεστής απόσβεσης για να αποσβεστεί μέσα σε 5 χρόνια είναι :

ρ = ο συντελεστής του πρώτου έτους

α = ο λόγος της προόδου

$\rho + (\rho + \alpha) + (\rho + 2\alpha) + (\rho + 3\alpha) + (\rho + 4\alpha) = 100$ (\Rightarrow) $5\rho + 10\alpha = 100$ (\Rightarrow) $\rho = 20 - 2\alpha$ (\Rightarrow) $\rho = 20 - 2 \times 6$ (\Rightarrow) $\rho = 8\%$

Άρα:

Η εξίσωση αυτή θα πρέπει να είναι ίσον με 100 για να αποσβεστεί πλήρως μέσα σε 5 χρόνια της ΩΔΖ το πάγιο.

Έτος	1ο	2ο	3ο	4ο	5ο
συντελεστής	8%	12%	18%	24%	32%

§ Σύστημα του αθροίσματος των αριθμών των ετών της ΩΔΖ του ΠΠΣ

Η μέθοδος αυτή είναι η ίδια με την φθίνουσα μέθοδο, με μόνη διαφορά ότι οι συντελεστές κατατάσσονται με την αύξουσα σειρά.

Παράδειγμα:

Έτος	Κόστος κτήσης	Συντελεστής απόσβεσης		Αποσβέσεις χρήσης	Συνολική απόσβεση	Αναπόσβεστο υπόλοιπο
1	350.000	1/15	6,67%	23.333,33	23.333,33	326.666,67
2	350.000	2/15	13,33%	46.666,66	69.999,99	280.000,01
3	350.000	3/15	20%	70.000	139.999,99	210.000,01
4	350.000	4/15	16,67%	93.333,33	233.333,32	116.666,68
5	350.000	5/15	33,33%	115.500	348.833,22	1.166,68
		15/15	100%	348.833,22		

9.6 Παράδειγμα στην ξενοδοχειακή λογιστική

Στο ξενοδοχείο έλαβαν χώρα τα εξής λογιστικά γεγονότα:

- 15/1 Ο κ Δημητρίου αποφασίζει να κατασκευάσει μία ξενοδοχειακή μονάδα στην περιοχή του Ναυπλίου, το κεφάλαιο που έχει στην διάθεσή του είναι 600000€
- 10/2 Αγοράζεται οικόπεδο αξίας 100000€ με μετρητά και Αρ συμβολαίου 10215/10-2 και καταβάλλονται συμβολαιογραφικά έξοδα 500€ και αμοιβές δικηγόρων 500€
- 20/3 Κατασκευάζεται κτίριο αξίας 200000€ με μετρητά και επιπλέον συμβολαιογραφικά έξοδα ανέρχονται σε 1500€
- 10/4 Αγοράζονται έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός από τον Δημητρίου με τιμολόγιο ΔΠ Νο 1060 με πίστωση αξίας 100000€ πλέον ΦΠΑ 23%.
- 15/4 Καταβάλλονται 5000€ για ασφάλιστρα με Αρ συμβολαίου Νο 102030 τα οποία έχουν διάρκεια 1 χρόνο και εξοφλούνται με μετρητά.
- 01/5 Έσοδα από παροχή υπηρεσιών σε πελάτες αξίας 50000€ με πίστωση με ΑΠΥ Νο 150. (Συμπεριλαμβάνεται ΦΠΑ και Δημοτικός Φόρος.)
- 20/5 Έσοδα παροχής υπηρεσιών από την ενοικίαση καταστήματος. Λαμβάνεται το ενοίκιο του μηνός Απριλίου αξίας 1000€ με επιπλέον χαρτόσημο 3,6%.
- 30/6 Λαμβάνουμε το λογαριασμό της ΔΕΗ μικτής αξίας 2000€ με ημερομηνία λήξης 30/7 και Αρ απόδειξης 10486798 με εξόφληση την ίδια ημέρα και τέλη 50€
- 25/8 Εισπράττουμε 20000€ από πελάτες με ΑΠΥ 151.

Οι εγγραφές που θα γίνουν είναι οι εξής:

		B.	XPEΩΣ	ΠΙΣΤΩΣ
	15/1	Σ	H	H
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		600.000	
38.00.00	Ταμείο			
40	ΚΕΦΑΛΑΙΟ			600.000
40.06	Καταβεβλημένο κεφάλαιο			
Σύσταση ατομικής επιχείρησης όπως καταστατικό				
	10/2			
10	ΟΙΚΟΠΕΔΑ		100.000	
10.00.00	Οικόπεδο Α'			
16	ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ		1.000	
16.14.00	Έξοδα κτήσης ακινητοποιήσεων			
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ			101.000

	Ταμεί		
38.00.00	ο		
Αγορά οικοπέδου στο Ναύπλιο με Αρ. Συμβ 10215/10-2			
		20/3	
11	ΚΤΙΡΙΑ		200.000
11.00.0			
0	Κτίριο Α'		
16	ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ		1.500
16.14.0			
0	Έξοδα κτήσης ακινητοποιήσεων		
			201.50
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		0
38.00.0			
0	Ταμείο		
Κατασκευή κτιρίου στο Ναύπλιο με Αρ. Συμβ 10458/20-3			
		10/4	
14	ΕΠΙΠΛΑ & ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ		100.000
14.00.0			
0	Έπιπλα Ξενοδοχείου		
54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ		23.000
54.00.2			
8	Φ.Π.Α Παγίων		
			123.00
50	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ		0
50.00.0			
0	Προμηθευτής Κωνσταντίνου		
Αγορά επίπλων για κάλυψη αναγκών του ξενοδοχείου με ΤΙΜ-ΔΑ 1358			
		15/4	
36	ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		5.000
36.02.0			
0	Προπληρωθέντα ασφάλιστρα		
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		5.000
38.00.0			
0	Ταμείο		
Καταβολή ασφαλίσεων ενός έτους με Αρ. Συμβ 102030			
		1/5	
30	ΠΕΛΑΤΕΣ		50.000
30.00.00			
	Πελάτες Εσωτερικού		
73	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		46.715
73.00.0			
0	Έσοδα από παροχή υπηρεσιών		
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ -		
54	ΤΕΛΗ		3.285
54.00.0	Φ.Π.Α Εσόδων	3.05	

0		2	
54.10.0			
0	Δημοτικοί Φόροι - Τέλη	234	
Έσοδα από παροχή υπηρεσιών με ΑΠΥ Νο 150			
<hr/>			
	20/5		
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	1.036	
38.00.00	Ταμείο		
	ΕΣΟΔΑ ΠΑΡΕΠΟΜΕΝΩΝ		
75	ΑΣΧΟΛΙΩΝ		1.000
75.05.0			
0	Έσοδα από ενοίκια		
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ -		
54	ΤΕΛΗ		36
54.10.0			
0	Χαρτόσημο		
Έσοδα από Μίσθωση καταστήματος			
<hr/>			
	30/6		
62	ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ	1.576	
62.98.00	Φωτισμός		
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ -		
54	ΤΕΛΗ	374	
54.00.02	Φ.Π.Α. Δαπανών		
63	ΦΟΡΟΙ - ΤΕΛΗ	50	
63.98.99	Λοιποί φόροι - τέλη (τέλος ΔΕΗ)		
	38 ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ		2.000
	38.00.0		
	0 Ταμείο		
Εξόφληση λογ/σμου ΔΕΗ με απόδειξη 10486798			
<hr/>			
	25/8		
38	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	20.000	
38.00.00	Ταμείο		
	30 ΠΕΛΑΤΕΣ		20.000
	30.00.0		
	0 Πελάτες Εσωτερικού		
Είσπραξη χρημάτων από πελάτες με ΑΠΥ Νο 151			
<hr/>			
	31/12		
66	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	15.000	
66.01.00	Αποσβέσεις Κτιρίων		
	ΚΤΙΡΙ		
	11 Α		15.000
	11.99.0		
	0 Αποσβεσμένα κτίρια		

	31/12			
66		ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	6.667	
66.04.0				
0		Αποσβέσεις επίπλων		
	14	Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός	6.667	
	14.99.0			
	0	Αποσβεσμένα έπιπλα		
		Υπολογισμός αποσβέσεων επίπλων & λοιπού εξοπλισμού		
	31/12			
66		ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	196	
66.05.0		Αποσβέσεις ασώματων		
0		ακινητοποιήσεων		
	16	ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	196	
	16.99.1			
	4	Αποσβεσμένα έξοδα κτήσης		
		Υπολογισμός αποσβέσεων ασώματων ακινητοποιήσεων		
	31/12			
62		ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΡΙΤΩΝ	3.750	
62.05.0				
0		Ασφάλιστρα		
	36	ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.750	
	36.02.0			
	0	Προπληρωθέντα ασφάλιστρα		
		Τακτοποιητική εγγραφή ασφαλίστρων		
	31/12			
33		ΧΡΕΩΣΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ	20.053	
33		Ελληνικό Δημόσιο		
33.13.0				
0		Προκαταβολή Φόρου εισοδήματος		
		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ -		
	54	ΤΕΛΗ	20.053	
	54.00.0			
	0	Φ.Π.Α		
		Τακτοποιητική εγγραφή υποχρεώσεων από φόρους - τέλη		
			1.149.20	1.149.20
		ΣΥΝΟΛΟ	1	1

Τα γενικά καθολικά έχουν ως εξής:

	38 ΤΑΜΕΙΟ			54 Φ.Π.Α		
1	600.000	101.000	2	4	23.000	3.051,64
7	1.036	201.500	3	8	374	233,58
9	20.000	5.000	5			36
						7

		2.000	8			20.052,28	13
	<u>311.536</u>				20.052,78		

	<u>11 ΚΤΙΡΙΑ</u>		
3	200.000	15.000	10
	<u>185.000</u>		

	<u>14 ΕΠΠΛΑ</u>		
4	100.000	6.666,67	11
	<u>93.333,33</u>		

	<u>36 ΜΕΤΑΒ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</u>		
5	5.000	3.750	13
	<u>1.250</u>		

	<u>40 ΚΕΦΑΛΑΙΟ</u>		
		600.000	1
		<u>600.000</u>	

	<u>73 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</u>		
		46.714,78	6
		<u>46.714,78</u>	

	<u>75 ΕΣΟΔΑ ΠΑΡΕΠ ΑΣΧΟΛ</u>		
		1.000	7
		<u>1.000</u>	

	<u>16 ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝ</u>		
2	1.000	195,83	12
3	1.500		

	<u>50 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ</u>		
		123.000	4

2.304,17

123.000

	<u>30 ΠΕΛΑΤΕΣ</u>			
6	50.000	20.000	9	2
	<u>30.000</u>			

	<u>10 ΟΙΚΟΠΕΔΑ</u>			
	100.000			
	<u>100.000</u>			

Τα αναλυτικά καθολικά έχουν ως εξής:

	<u>62.98 ΦΩΤΙΣΜΟΣ</u>			
8	1.576		8	
	<u>1.576</u>			

	<u>63.98 ΤΕΛΗ ΔΕΗ</u>			
	50			
	<u>50</u>			

	<u>33.13 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ</u>			
13	20052,78		10	
	<u>20052,78</u>			

	<u>66.01.00</u>			
	15.000			
	<u>15.000</u>			

	<u>66.04.00</u>			
11	6666,67		12	
	<u>6666,67</u>			

	<u>66.05.00</u>			
	195,83			
	<u>195,83</u>			

	62.05.00	
13	3750	
	<u>3750</u>	

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης εμφανίζεται ως εξής:

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ			
	ΕΣΟΔΑ		47.714,78
73.00.00	ΑΠΟ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	46.714,78	
75.05.00	ΑΠΟ ΕΝΟΙΚΙΑ	1.000	
ΜΕΙΟΝ	ΕΞΟΔΑ		27.238,50
62.98.00	ΔΕΗ	1.576	
63.98.99	ΤΕΛΟΣ ΔΕΗ	50	
62.05.00	ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ	3.750	
66.01.00	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΟΥ	15.000	
66.04.00	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΕΠΙΠΛΩΝ	6.666,67	
66.05.00	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΕΞΟΔΩΝ ΚΤΗΣΗΣ	195,83	
42.00.00	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ		20.476,28

Ο ισολογισμός του ξενοδοχείου είναι ο εξής:

MEDITERRANEAN HOTEL ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31/12/2015

ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			ΚΑΘΑΡΗ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ		
10.00.00	ΟΙΚΟΠΕΔΑ	100.000		40.06 ΚΕΦΑΛΑΙΟ	600.000
11.00.00	ΚΤΙΡΙΑ	200.000	185.000	42.00 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΕΙΣ ΝΕΟ	20.476,28
11.99.00	ΑΠΟΣΒΕΣΜΕΝΑ ΚΤΙΡΙΑ	15.000		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΣΕ ΤΡΙΤΟΥΣ	
14.00.00	ΕΠΙΠΛΑ	100.000	93.333,33	1. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
14.99.00	ΑΠΟΣΒΕΣΜΕΝΑ ΕΠΙΠΛΑ	6.666,67		2. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ				50.00 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	123.000
16.00.14	ΕΞΟΔΑ ΚΤΗΣΗΣ	2.500	2.304,17	54.00 ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ - ΤΕΛΗ	
16.99.14	ΑΠΟΣΒΕΣΜΕΝΑ ΕΞΟΔΑ ΚΤΗΣΗΣ	195,83			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ					
2. ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ					
30.00.00	ΠΕΛΑΤΕΣ		30.000		
33.13.90	ΣΥΜΨΗΦΙΣΤΕΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΜ. ΧΡ. ΦΠΑ		20.052,78		
3. ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ					
4. ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ					
ΤΑΜΕΙΟ			311.536		
ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			1.250		
36.02.00	ΠΡΟΠΛΗΡΩΘΕΝΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ				
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			<u>743.476,28</u>	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	<u>743.476,28</u>

Το προσωρινό ισοζύγιο του ξενοδοχείου εμφανίζεται ως εξής:

Β' ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ MEDITERRANEAN HOTEL						
Α/Α	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΠΟΣΑ		ΥΠΟΛΟΙΠΑ	
			ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΑ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΑ
1	10	ΟΙΚΟΠΕΔΑ	100.000		100.000	
2	11	ΚΤΙΡΙΑ	200.000	15.000	185.000	
3	14	ΕΠΙΠΛΑ	100.000	6.666,67	93.333,33	
4	16	ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝ	2.500	195,83	2.304,17	
5	30	ΠΕΛΑΤΕΣ	50.000	20.000	30.000	
6	33	ΧΡΕΩΣΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ	20.052,78		20.052,78	
7	36	ΜΕΤΑΒ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.000	3.750	1.250	
8	38	ΤΑΜΕΙΟ	621.036	309.500	311.536	
9	40	ΚΕΦΑΛΑΙΟ		600.000		600.000
10	50	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ		123.000		123.000
11	54	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	23.374	23.374	0	
12	62	ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ	5.326		5.326	
13	63	ΦΟΡΟΙ - ΤΕΛΗ	50		50	
14	66	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	21.862,50		21.862,50	
15	73	ΠΩΛΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ		46.714,78		46.714,78
16	75	ΠΑΡΕΠΟΜΕΝΕΣ ΑΣΧ		1.000		1.000
		ΣΥΝΟΛΑ	1.149.201,28	1.149.201,28	770.714,78	770.714,78

Το οριστικό ισοζύγιο στις 31/12 εμφανίζεται ως εξής:

ΟΡΙΣΤΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ MEDITERRANEAN HOTEL						
Α/Α	ΚΩΔΙΚΟΣ	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΠΟΣΑ		ΥΠΟΛΟΙΠΑ	
			ΧΡΕΩΣΗ	ΠΙΣΤΩΣΗ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΑ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΑ
1	10	ΟΙΚΟΠΕΔΑ	100.000		100.000	
2	11	ΚΤΙΡΙΑ	200.000	15.000	185.000	
3	14	ΕΠΙΠΛΑ	100.000	6.666,67	93.333,33	
4	16	ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝ	2.500	195,83	2.304,17	
5	30	ΠΕΛΑΤΕΣ	50.000	20.000	30.000	
6	33	ΧΡΕΩΣΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΙ	20.052,78		20.052,78	
7	36	ΜΕΤΑΒ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.000	3.750	1.250	
8	38	ΤΑΜΕΙΟ	621.036	309.500	311.536	
9	40	ΚΕΦΑΛΑΙΟ		600.000		600.000
10	42	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΕΙΣ ΝΕΟ		20.476,28		20.476,28
11	50	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ		123.000		123.000
		ΣΥΝΟΛΑ	1.098.588,78	1.098.588,78	743.476,28	743.476,28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο: ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

10.1 Ανάλυση οικονομικών καταστάσεων

Κάθε επιχείρηση υποχρεούται με βάση τα ελληνικά πρότυπα, να συντάσσει και να δημοσιεύει διάφορες οικονομικές καταστάσεις οι οποίες αφού μελετηθούν, δηλώνουν την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης, τις δυνάμεις ή τις αδυναμίες της και κατά το πόσο μπορεί να αποδειχτεί κερδοφόρα η επιχείρηση αυτή, σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου. Επίσης μπορεί να διαπιστωθεί ο βαθμός κατά τον οποίο βελτιώνεται διαχρονικά η χρηματοοικονομική της θέση.

10.2 Αντικείμενο της χρηματοοικονομικής ανάλυσης

Αντικείμενο της χρηματοοικονομικής ανάλυσης είναι η μελέτη των σχέσεων των οικονομικών στοιχείων σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή, καθώς και των τάσεων διαχρονικά. Για να διενεργηθεί η ανάλυση αυτή, προέχουν ορισμένες διαδικασίες, οι οποίες είναι:

1. επιλογή και υπολογισμός των σχέσεων μεταξύ των στοιχείων των οικονομικών καταστάσεων.
2. κατάταξη των στοιχείων με τρόπο τέτοιο ώστε να είναι δυνατός ο υπολογισμός των σχέσεων.
3. μελέτη, αξιολόγηση, ερμηνεία και συμπεράσματα των παραπάνω σχέσεων.

Οι παραπάνω διαδικασίες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στην σύγκριση και μέτρηση των οικονομικών στοιχείων για δύο ή περισσότερες χρήσεις και που στην οποία περιλαμβάνονται οι αριθμοδείκτες καθώς και οι τάσεις τους διαχρονικά και στην σύγκριση και μέτρηση των οικονομικών στοιχείων που αφορούν μια χρήση.

Γίνεται αντιληπτό ότι οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις είναι αναφορές, οι οποίες αφορούν και δείχνουν τι έχει γίνει στο παρελθόν. Παρ' όλα αυτά όμως οι οικονομικοί αναλυτές μελετώντας τους αριθμοδείκτες σε βάθος χρόνου είναι σε θέση να προβλέπουν τι πρόκειται να συμβεί στο μέλλον, ποιες πρόκειται να είναι οι τάσεις.

10.3 Αριθμοδείκτες στην ξενοδοχειακή επιχείρηση

Γενικότερα για τον προσδιορισμό της οικονομικής κατάστασης μιας επιχείρησης, μπορεί να εφαρμοστεί πληθώρα δεικτών όπως είναι οι δείκτες της ρευστότητας (βραχυπρόθεσμης, γενικής ή κυκλοφοριακής, άμεσης, ταμειακής), της δραστηριότητας (ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων, ταχύτητας εξόφλησης βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, ταχύτητας καθαρού κεφαλαίου κίνησης, ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού, ταχύτητας κυκλοφορίας ιδίων κεφαλαίων), της αποδοτικότητας (περιθώριο μικτού κέρδους, περιθώριο καθαρού κέρδους, αποδοτικότητας ενεργητικού, αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων, αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων, οικονομικής μόχλευσης), της κεφαλαιακής διάρθρωσης και βιωσιμότητας (ιδία προς συνολικά κεφάλαια, δανειακών κεφαλαίων, ξένα προς ίδια κεφάλαια, κάλυψης τόκων) και της επένδυσης (κέρδη ανά μετοχή, μέρισμα ανά μετοχή, τρέχουσα μερισματική απόδοση, ποσοστό διανεμόμενων κερδών, εσωτερική λογιστική αξία μετοχής, τιμή προς κέρδη ανά μετοχή, ταμειακή ροή ανά μετοχή).

Στην παρούσα φάση θα γίνει ανάλυση μόνο πάνω στους ειδικούς δείκτες, οι οποίοι εφαρμόζονται σε ξενοδοχειακές μονάδες.

Σε μία ξενοδοχειακή επιχείρηση εκτός απ' την ανάλυση των ετήσιων ή των περιοδικών καταστάσεων, πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν και οι χρηματοοικονομικοί αριθμοδείκτες (ratios). Η διοίκηση και οι ιδιοκτήτες της ξενοδοχειακής επιχείρησης, αναζητούν στοιχεία σχετικά με την λειτουργία της επιχείρησης έτσι ώστε να προσδιοριστούν οι τάσεις των αποτελεσμάτων να ληφθούν οι απαραίτητες αποφάσεις για την επόμενη οικονομική περίοδο. Ειδικά όταν ο αναλυτής δεν έχει επιπλέον πληροφορίες για τις συνθήκες της χρηματοοικονομικής λειτουργίας η χρήση καθώς και η ανάλυση των χρηματοοικονομικών δεικτών είναι πολύ σημαντική.

Οι δείκτες αυτοί συνοψίζουν έναν μεγάλο αριθμό χρηματοοικονομικών δεδομένων, την εξέλιξη των οποίων επιθυμούμε να εξετάσουμε. Η ανάλυση των αριθμοδεικτών θεωρείται μία από τις πλέον δημοφιλέστερες και ευρέως χρησιμοποιούμενες μεθόδους της οικονομικής ανάλυσης. Οι δείκτες αυτοί αποτελούν τη μέθοδο με την οποία συνοψίζουμε μεγάλο αριθμό χρηματοοικονομικών δεδομένων έτσι ώστε να συγκρίνουμε και να αξιολογήσουμε την απόδοση των επιχειρήσεων. Επίσης χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της χρηματοοικονομικής δομής της ρευστότητας, της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων. Οι αριθμοδείκτες είναι σχέσεις μεταξύ μεγθών λογιστικής ή στατιστικής προέλευσης που χρησιμοποιούνται έτσι ώστε να προσδιορίσουν την πραγματική θέση ή την αποδοτικότητα των διάφορων τμημάτων ή και των υπολοίπων τομέων δραστηριότητας της επιχείρησης, καθώς και της πραγματικής κατάστασης και απόδοσης ολόκληρης της επιχείρησης στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται.

Από μόνος του ένας αριθμοδείκτης δεν μπορεί να αποτελέσει εργαλείο για την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων καθώς υπάρχει πιθανότητα ο αναλυτής να οδηγηθεί σε παραπλανητικά συμπεράσματα.

Για να είναι τα αποτελέσματα ορθά πρέπει να γίνεται σύγκριση και με άλλους δείκτες της επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο έτος. Θα πρέπει να γίνεται υπολογισμός των δεικτών μιας επιχείρησης για πολλά έτη και να συγκρίνονται μεταξύ τους διαχρονικά για να εξακριβωθεί τυχόν βελτίωση ή επιδείνωση των δεικτών αυτών μέσα στο χρόνο.

Τέλος θα πρέπει να γίνεται υπολογισμός και σύγκριση των δεικτών της επιχείρησης με τους δείκτες των άλλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων του κλάδου.

Η διαμόρφωση των δεικτών εξαρτάται απ' τους αντικειμενικούς σκοπούς που θέτει η επιχείρηση, καθώς και από τις υπόλοιπες οικονομικές συναλλακτικές και άλλες συνθήκες που επικρατούν.

Έτσι σε μια ξενοδοχειακή μονάδα υπάρχουν ορισμένοι στατιστικοί δείκτες οι οποίοι είναι:

1. Δείκτες πληρότητας
2. Δείκτες κόστους
3. Δείκτες εσόδων
4. Δείκτες κερδών

10.3.1 Δείκτες πληρότητας

1) Πληρότητα δωματίων

Η πληρότητα των δωματίων είναι η ποσοστιαία σχέση των ενοικιασθέντων δωματίων προς τα διαθέσιμα δωμάτια. Δηλαδή υπολογίζεται η δραστηριότητα σε σχέση με την ικανότητα εξυπηρέτησης των δωματίων.

Ειδικότερα:

Πληρότητα δωματίων = (ενοικιασθέντα δωμάτια / διαθέσιμα δωμάτια) x 100

Αν οι πελάτες που αναμένονται και που έχουν κάνει κράτηση δεν πραγματοποιούν την διαμονή τους ή αναχωρούν νωρίτερα ή ακυρώνουν την κράτηση ή αναχωρούν μετά τις 12:00 μμ οπότε πληρώνουν 50% ή 100% της τιμής του δωματίου, ανάλογα με την ώρα αναχώρησής τους, ο προϋπολογισμός της πληρότητας μπορεί να είναι διαφορετικός από την πραγματοποιηθείσα πληρότητα.

Παράδειγμα:

Ξενοδοχείο δυναμικότητας 400 δωματίων έκλεισε το Σάββατο 26 Μαρτίου 2016, 350 δωμάτια και την Κυριακή 27 Μαρτίου 2016, 400 δωμάτια.

$$\text{Πληρότητα δωματίων Σαββάτου 26/3/2016} = \frac{350}{400} \times 100 = 87,5\%$$

$$\text{Πληρότητα δωματίων Κυριακής 27/3/2016} = \frac{400}{400} \times 100 = 100\%$$

Αν την Κυριακή 27/3/2016 ένας πελάτης αναχωρήσει το απόγευμα στις 19:00 και δοθεί το δωμάτιο σε άλλο πελάτη, σημαίνει ότι το ίδιο δωμάτιο θα νοικιαστεί δύο φορές την ίδια μέρα. Στην περίπτωση αυτή ο δείκτης θα είναι μεγαλύτερος από 100%.

$$\text{Πληρότητα δωματίων Κυριακής 27/3/2016} = \frac{401}{400} \times 100 = 100,25\%$$

Ένα παραθαλάσσιο ξενοδοχείο έχει μεγαλύτερη πληρότητα το καλοκαίρι ενώ ένα άλλο που βρίσκεται σε ορεινή περιοχή έχει μεγαλύτερη πληρότητα τις μέρες του χειμώνα. Τέλος ο δείκτης της πληρότητας βοηθάει στο να γίνεται σύγκριση ανάμεσα σε διαφορετικά ξενοδοχεία ή στο ίδιο ξενοδοχείο σε διαφορετικές χρονικές περιόδους.

2) Πληρότητα κρεβατιών

Η πληρότητα των κρεβατιών είναι η ποσοστιαία σχέση επί τοις εκατό (%) των χρησιμοποιημένων κρεβατιών προς τα διαθέσιμα.

Πληρότητα κρεβατιών = (χρησιμοποιημένα κρεβάτια προς διανυκτέρευση / διαθέσιμα κρεβάτια προς διανυκτέρευση) x100

Παράδειγμα:

Το πιο πάνω ξενοδοχείο δυναμικότητας 400 δωματίων και 800 κρεβατιών έκλεισε το Σάββατο 26/3/2016 350 δωμάτια 600 κρεβατιών και την Κυριακή 27/3/2016 400 δωμάτια 800 κρεβατιών.

$$\text{Πληρότητα κρεβατιών Σαββάτου 26/3/2016} = \frac{600}{800} \times 100 = 75\%$$

$$\text{Πληρότητα κρεβατιών Κυριακής 27/3/2016} = \frac{800}{800} \times 100 = 100\%$$

Στην περίπτωση που το ίδιο δωμάτιο τρίκλινο διατεθεί δύο φορές την ίδια ημέρα έχουμε
πληρότητα: $\frac{803}{800} \times 100 = 100,375\%$

Ενώ αντίθετα αν ένα τρίκλινο δωμάτιο χρησιμοποιηθεί σαν μονόκλινο η πληρότητα θα είναι μικρότερη απ' αυτή του τρίκλινου.

3) Πληρότητα πρακτορείου

Η πληρότητα του πρακτορείου είναι η ποσοστιαία επί τοις εκατό (%) σχέση των πραγματοποιημένων διανυκτερεύσεων προς τις συμφωνημένες διανυκτερεύσεις.

Πληρότητα πρακτορείου = (πραγματοποιημένες διανυκτερεύσεις πρακτορείου / συμφωνημένες διανυκτερεύσεις) x100

Παράδειγμα:

Το ξενοδοχείο «Astir» έχει κρατήσει για το πρακτορείο «magic travel» το μήνα Ιούνιο 10 δίκλινα και τέσσερα μονόκλινα δωμάτια. Έστω ότι οι πραγματοποιημένες διανυκτερεύσεις (άτομα) είναι 600.

$$\text{Πληρότητα πρακτορείου} = \frac{600}{[(10 \times 2) + (4 \times 1)] \times 30} \times 100 = 25\%$$

Εάν το πρακτορείο είχε πραγματοποιήσει όλες τις διανυκτερεύσεις ο δείκτης θα ήταν 100%, ενώ αν είχε περισσότερες από αυτές που είχε κλείσει, η πληρότητα θα ήταν μεγαλύτερη από 100%. Με βάση το δείκτη αυτό γίνονται συμφωνίες μεταξύ πρακτορείου και ξενοδοχείου.

4) Πληρότητα εστιατορίου

Η πληρότητα του εστιατορίου είναι η ποσοστιαία επί τοις εκατό (%) σχέση των πελατών που σεβριρίστηκαν προς τις θέσεις που διαθέτει το εστιατόριο.

Πληρότητα εστιατορίου = (αριθμός πελατών / αριθμός θέσεων) x100

Παράδειγμα:

Στο εστιατόριο του ξενοδοχείου δυναμικότητας 600 θέσεων, σεβριρίστηκαν κατά τη διάρκεια του γεύματος 1200 άτομα.

$$\text{Πληρότητα εστιατορίου} = \frac{1200}{600} \times 100 = 200\%$$

Ο δείκτης αυτός σημαίνει ότι οι θέσεις του εστιατορίου διατέθηκαν δύο φορές, πράγμα που σημαίνει ότι στην ίδια θέση του εστιατορίου σεβριρίστηκαν δύο άτομα εναλλασσόμενα. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης σημαίνει ότι οι συγκεκριμένες θέσεις στο εστιατόριο διατέθηκαν στους πελάτες περισσότερες φορές και υπάρχει μεγαλύτερο κέρδος.

Σε περίπτωση συνεστίασης, χορού κτλ, οι θέσεις διατίθενται μόνο μία φορά. Εάν διατεθούν όλες οι θέσεις η πληρότητα είναι 1 ή 100% αν εκφράζεται σε ποσοστό επί τοις εκατό. Ο ίδιος δείκτης μπορεί να εφαρμοστεί και για το μπαρ ή την καφετέρια του ξενοδοχείου.

5) Πελάτες ανά ενοικιαζόμενο δωμάτιο

Εκφράζει τον μέσο όρο του αριθμού των πελατών, οι οποίοι διανυκτερεύουν στο κάθε δωμάτιο.

Παράδειγμα:

Στο ξενοδοχείο «Olympic» διανυκτερεύουν 600 άτομα σε 400 δωμάτια.

Πελάτες ανά ενοικιαζόμενο δωμάτιο = $\frac{600}{400} = 1,5$ δηλαδή κατά μέσο όρο 1,5 πελάτες

διανυκτερεύουν σε κάθε δωμάτιο. Αυτό σημαίνει ότι στο ξενοδοχείο διαμένουν 1 ή 2 άτομα σε κάθε δωμάτιο. Αν ο δείκτης ήταν 3 ή 4 θα σήμαινε ότι τα δωμάτια αυτά τα νοικιάζουν οικογένειες. Έτσι ο επιχειρηματίας του παραδείγματος, αν ο δείκτης ήταν 3 ή 4 θα μπορούσε να πάρει την απόφαση να μετατρέψει τα δίκλινα δωμάτια σε τρίκλινα ή τετράκλινα δωμάτια.

10.3.2 Δείκτες κόστους

1) Δείκτης κόστους τροφίμων εστιατορίου

Ο δείκτης αυτός μας δείχνει από το σύνολο των πωλήσεων ποιο ήταν το ποσοστό του κόστους τροφίμων που καταναλώθηκαν.

Δείκτης κόστους τροφίμων = (κόστος πωληθέντων τροφίμων / πωλήσεις τροφίμων) x100

Χάρη σ' αυτόν τον δείκτη μπορούμε να διαπιστώσουμε ποιο είναι το κόστος παραγωγής των τροφίμων καθώς και να διαμορφώσουμε την τιμή πώλησής τους. Όσο μικρότερος είναι ο δείκτης, τόσο μεγαλύτερο είναι το κέρδος που έχει το εστιατόριο. Δηλαδή, ένας δείκτης 35% σημαίνει ότι από 100 ευρώ έσοδα τα 35 ευρώ είναι κόστος τροφίμων.

Με τον τρόπο αυτό μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ανάλογο δείκτη και σε άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως στο μπαρ, σε mini market, σε είδη δώρων κτλ, με παρονομαστή του κλάσματος τα έσοδα του συγκεκριμένου τμήματος. Αν ο παρονομαστής του κλάσματος περιλαμβάνει τα συνολικά έξοδα εστιατορίου, τότε ο δείκτης μας δείχνει τι ποσοστό επί των συνολικών εξόδων του εστιατορίου αναλογεί στα τρόφιμα.

2) Δείκτης κόστους εργαζομένων

Ο δείκτης αυτός μετράει απ' το σύνολο των εσόδων, ποιο ήταν το ποσοστό του κόστους των εργαζομένων.

Δείκτης κόστους εργαζομένων = (κόστος εργαζομένων / έσοδα ξενοδοχείου) x100

Χρησιμοποιείται για τους εργαζόμενους συνολικά στο ξενοδοχείο ή αναλυτικά στα διάφορα τμήματα και έτσι ελέγχουμε το εργασιακό κόστος σε ποσοστό επί των εσόδων. Ένας δείκτης 35% σημαίνει ότι το κόστος των εργαζομένων είναι το 35% από τα έσοδα του ξενοδοχείου. Αν ο παρονομαστής του κλάσματος είναι τα έξοδα του ξενοδοχείου, τότε ελέγχεται το ποσοστό επί των εξόδων που αντιστοιχεί στο εργασιακό κόστος.

10.3.3 Δείκτες εσόδων

1) Μέση τιμή δωματίων

Ο δείκτης αυτός μας δείχνει τον μέσο όρο της τιμής που έχουμε κάνει είσπραξη για το κάθε δωμάτιο, δηλαδή τη μέση τιμή της ενοικίασης. Στην περίπτωση που εισπράτουμε περισσότερα χρήματα, ο δείκτης αυτός θα αυξηθεί.

Μέση τιμή δωματίων = (έσοδα διανυκτερεύσεων / αριθμός ενοικιασθέντων δωματίων)

Παράδειγμα:

Το ξενοδοχείο «Απόλλων» το μήνα Ιανουάριο είχε έσοδα διανυκτερεύσεων 16.000 ευρώ, από 400 δωμάτια, ενώ το μήνα Αύγουστο είχε έσοδα 25.000 ευρώ από 400 δωμάτια.

$$\text{Μέση τιμή δωματίου Ιανουαρίου} = \frac{16.000}{400} = 40 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Μέση τιμή δωματίου Αυγούστου} = \frac{25.000}{400} = 62,5 \text{ ευρώ}$$

Η διαφορά αυτή στην τιμή οφείλεται στο γεγονός ότι ο Ιανουάριος είναι μήνας στην χαμηλή περίοδο των τιμών, ενώ ο Αύγουστος είναι στην υψηλή.

2) Μέση τιμή ανά διαθέσιμο δωμάτιο

Αν το ξενοδοχείο διαθέτει ορισμένα δωμάτια έτσι ώστε να προσφέρει στέγαση στο προσωπικό του, τα δωμάτια αυτά δεν είναι διαθέσιμα προς ενοικίαση. Συνεπώς ο δείκτης αυτός είναι περισσότερο αντιπροσωπευτικός απ' την μέση τιμή των δωματίων.

Μέση τιμή ανά διαθέσιμο δωμάτιο = (έσοδα διανυκτερεύσεων / αριθμό διαθέσιμων δωματίων)

Σύμφωνα με την έρευνα που έκανε η GBR Consulting το ημερήσιο έσοδο δωματίων ανά διαθέσιμο δωμάτιο για Αθήνα και Θεσσαλονίκη το 2009 ήταν 618 ευρώ.

Παράδειγμα:

Στο προηγούμενο παράδειγμα, το ξενοδοχείο «Απόλλων» έχει 400 δωμάτια και από αυτά τα 8 χρησιμοποιούνται για στέγαση προσωπικού.

$$\text{Μέση τιμή για το μήνα Ιανουάριο} = \frac{16.000}{392} = 40,82 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Μέση τιμή για το μήνα Αύγουστο} = \frac{25.000}{392} = 63,77 \text{ ευρώ}$$

3) Μέση τιμή ανά πελάτη

Ο δείκτης αυτός μας δείχνει τον μέσο όρο της τιμής που εισπράττεται απ' τον κάθε πελάτη.

Μέση τιμή ανά πελάτη = (έσοδα διανυκτερεύσεων / αριθμό πελατών)

Παράδειγμα:

Στο ξενοδοχείο «Απόλλων» διανυκτέρευσαν στις 15 Αυγούστου 2015, 500 πελάτες και εισπράχθησαν συνολικά 17.000 ευρώ.

$$\text{Μέση τιμή ανά πελάτη} = \frac{17.000}{500} = 34 \text{ ευρώ}$$

Αν οι ίδιοι πελάτες διανυκτέρευαν την χαμηλή περίοδο η μέση τιμή ανά πελάτη θα ήταν μικρότερη. Αν οι ίδιοι πελάτες διανυκτέρευαν όλοι σε μονόκλινα δωμάτια, (δεδομένου ότι τα μονόκλινα είναι ακριβότερα), θα είχαμε περισσότερα έσοδα και συνεπώς η μέση τιμή ανά πελάτη θα ήταν μεγαλύτερη.

Ο αντίστοιχος δείκτης για το εστιατόριο είναι:

Μέση τιμή ανά πελάτη εστιατορίου = (έσοδα εστιατορίου / αριθμό πελατών)

4) Δείκτης πραγματοποίησης μέγιστου εισοδήματος

Είναι η ποσοστιαία επί τοις εκατό (%) σχέση των πραγματικών εσόδων διανυκτερεύσεων προς το μεγαλύτερο δυνατό έσοδο από διανυκτερεύσεις.

Δείκτης πραγματοποίησης μέγιστου εισοδήματος = (έσοδα διανυκτερεύσεων / μεγαλύτερο δυνατό έσοδο διανυκτερεύσεων) x100

Παράδειγμα:

Το ξενοδοχείο «President» αν νοικιάσει τα 500 δωμάτια με την μεγαλύτερη δυνατή τιμή θα εισπράξει 100.000 ευρώ. Παραχώρησε έκπτωση σε πελάτες, έμειναν αδιάθετα 40 δωμάτια και εισέπραξε 70.000 ευρώ.

$$\text{Δείκτης πραγματοποίησης μέγιστου εισοδήματος} = \frac{70.000}{100.000} \times 100 = 70\%$$

5) Διάρθρωση πωλήσεων τμημάτων

Ο δείκτης της διάρθρωσης πωλήσεων μας δείχνει την συμμετοχή που έχει ο κάθε κλάδος εκμετάλλευσης στα έσοδα. Ανάλογος δείκτης μπορεί να εφαρμοστεί για την διάρθρωση του κόστους των τμημάτων εκμετάλλευσης.

Διάρθρωση πωλήσεων εστιατορίου = (έσοδα εστιατορίου / συνολικά έσοδα ξενοδοχείου) x100

Διάρθρωση πωλήσεων δωματίων = (έσοδα δωματίων / συνολικά έσοδα ξενοδοχείου) x100

Παράδειγμα:

Τα έσοδα του ξενοδοχείου «President» είναι τα εξής:

Υπνοδωμάτια	40.000 ευρώ
Εστιατόριο	35.000 ευρώ
Μπαρ	15.000 ευρώ
Πισίνα	10.000 ευρώ
Σύνολο εσόδων	100.000 ευρώ

$$\text{Τα δωμάτια συμμετέχουν στα έσοδα} = \frac{40.000}{100.000} \times 100 = 40\%$$

$$\text{Το εστιατόριο συμμετέχει στα έσοδα} = \frac{35.000}{100.000} \times 100 = 35\%$$

$$\text{Το μπαρ συμμετέχει στα έσοδα} = \frac{15.000}{100.000} \times 100 = 15\%$$

$$\text{Η πισίνα συμμετέχει στα έσοδα} = \frac{10.000}{100.000} \times 100 = 10\%$$

Η διάρθρωση των πωλήσεων έχει ως εξής:

Δωμάτια	40%
Εστιατόριο	35%
Μπαρ	15%
Πισίνα	10%
Σύνολο	100%

10.3.4 Δείκτες κερδών**1) Κέρδος κλάδου**

Εκφράζει το κέρδος κάθε κλάδου εκμετάλλευσης σε σχέση με τα έσοδά του.

$$\text{Κέρδος δωματίων} = (\text{κέρδος δωματίων} / \text{έσοδα δωματίων}) \times 100$$

Παράδειγμα:

Ξενοδοχείο είχε ακαθάριστα έσοδα 120.000 ευρώ και καθαρά κέρδη 47.000 ευρώ.

$$\text{Κέρδος δωματίων} = \frac{47.000}{120.000} \times 100 = 39,16\%$$

2) Διάρθρωση κερδών τμημάτων

Εκφράζει τη συμμετοχή στα κέρδη του κάθε κλάδου εκμετάλλευσης της ξενοδοχειακής μονάδας.

Διάρθρωση κερδών δωματίων = (κέρδη δωματίων / συνολικά κέρδη ξενοδοχείου) x100

Παράδειγμα:

Τα κέρδη του ξενοδοχείου «Απόλλων» είναι:

Δωμάτια	30.000 ευρώ
Εστιατόριο	20.000 ευρώ
Μπαρ	8.000 ευρώ
Πισίνα	9.000 ευρώ
Σύνολο κερδών	67.000 ευρώ

$$\text{Τα δωμάτια συμμετέχουν στα κέρδη} = \frac{30.000}{67.000} \times 100 = 44,78\%$$

$$\text{Το εστιατόριο συμμετέχει στα κέρδη} = \frac{20.000}{67.000} \times 100 = 29,85\%$$

$$\text{Το μπαρ συμμετέχει στα κέρδη} = \frac{8.000}{67.000} \times 100 = 11,94\%$$

$$\text{Η πισίνα συμμετέχει στα κέρδη} = \frac{9.000}{67.000} \times 100 = 13,43\%$$

Η διάρθρωση των κερδών έχει ως εξής:

Δωμάτια	44,78%
Εστιατόριο	29,85%
Μπαρ	11,94%
Πισίνα	13,43%
Σύνολο	100%

10.4 Περιορισμοί στην ανάλυση και την ερμηνεία των αριθμοδεικτών

Πολλές φορές όταν καλούμαστε να βγάλουμε συμπεράσματα για την πορεία της χρηματοοικονομικής κατάστασης καθώς χρησιμοποιούμε και υπολογίζουμε τους δείκτες, παρουσιάζονται ορισμένα προβλήματα:

- 1. Υπάρχει καθυστέρηση στον υπολογισμό των δεικτών.** Η καθυστέρηση αυτή για τον υπολογισμό των δεικτών οφείλεται στο γεγονός ότι οι οικονομικές καταστάσεις συντάσσονται πολύ πιο μετά από το τέλος της χρήσης. Για μια επιχείρηση που διατρέχει χρηματοοικονομικά προβλήματα αυτή η αργοπορία για τον υπολογισμό των δεικτών μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες, διότι αν γινόταν μία έγκυρη διαπίστωση του προβλήματος θα μπορούσαν να ληφθούν οι απαραίτητες αποφάσεις για την αντιμετώπισή τους.
- 2. Επιλογή δεικτών.** Μια οικονομική μονάδα χαρακτηρίζεται από πλήθος οικονομικών πληροφοριών και η χρήση και η επιλογή των πλέον κατάλληλων αριθμοδεικτών είναι δύσκολη. Ο αναλυτής πρέπει να είναι προσεκτικός και να επιλέγει τα στοιχεία εκείνα τα οποία εμβαθύνουν την δραστηριότητα της επιχείρησης καθώς και τους δείκτες

εκείνους που αναλύουν τις δραστηριότητες αυτές αποτελεσματικότερα. Σύμφωνα με ερευνητές οι καταλληλότεροι δείκτες σχετικά με την κατάσταση της επιχείρησης είναι οι παρακάτω: α) ταμειακής ρευστότητας, β) ταμειακής ροής, γ) χρηματοοικονομικής μόχλευσης, δ) απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, ε) ανακύκλωσης αποθεμάτων.

3. **Αμφισβήτηση των λογιστικών μεθόδων και πρακτικών.** Ακόμα και αν ορισμένες επιχειρήσεις είναι ομοειδής κατά τον υπολογισμό των αποσβέσεων και της αποτίμησης των αποθεμάτων χρησιμοποιούν διαφορετικές μεθόδους. Έτσι πολλές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε δυσμενή χρηματοοικονομική κατάσταση εκμεταλλεύονται την κατάσταση αυτή και μετατρέπουν τους λογαριασμούς με διάφορες λογιστικές μεθόδους ώστε να παρουσιάζουν μια εικόνα η οποία διαφέρει απ' την πραγματικότητα.
4. **Προβλήματα που προκύπτουν κατά την ερμηνεία των αριθμοδεικτών.** Η πραγματική χρηματοοικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης δεν μπορεί να εμφανιστεί με την ανάλυση ενός μεμονωμένου δείκτη. Έτσι θα πρέπει να υπολογίζονται και άλλοι δείκτες, να γίνεται σύγκριση μεταξύ τους αλλά και σύγκριση με δείκτες άλλων επιχειρήσεων του κλάδου, έτσι ώστε να είμαστε σίγουροι για την αξιοπιστία των συμπερασμάτων που απορρέουν σχετικά με την επιχείρηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11^ο: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΕ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ WINDOWS ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

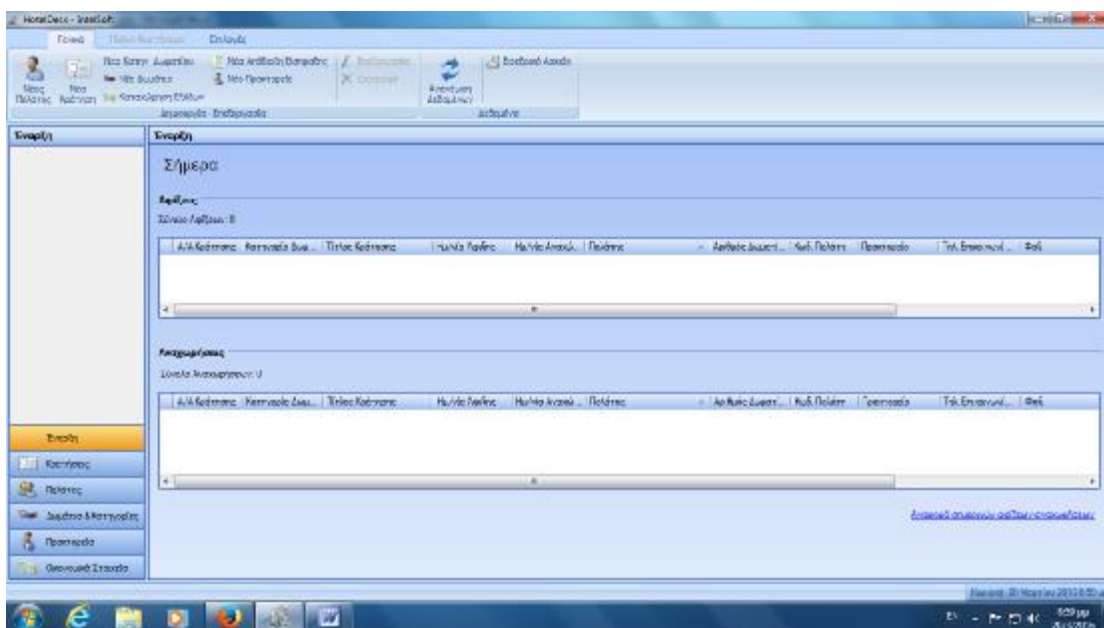
11.1 Μια πρώτη γνωριμία με το πρόγραμμα

Για να αποκτήσουμε πρόσβαση και για να μπορούμε να εργαζόμαστε στο περιβάλλον εργασίας της ξενοδοχειακής μονάδας, αφού κάνουμε εγκατάσταση το κατάλληλο λογισμικό που επιθυμούμε και ανάλογα με τις ανάγκες και το μέγεθος του ξενοδοχείου, πατάμε διπλό κλικ στην συντόμευση που δημιουργήθηκε μετά την εγκατάσταση του ξενοδοχειακού προγράμματος στην επιφάνεια εργασίας του υπολογιστή.



Σημείωση: Στην συγκεκριμένη ενότητα της πτυχιακής εργασίας θα γίνει παρουσίαση του ξενοδοχειακού προγράμματος “Hotel Desk” της εταιρίας Intelsoft.

Αφού πατήσουμε διπλό κλικ στην συντόμευση του προγράμματος, μεταφερόμαστε στην αρχική σελίδα του συστήματος και πλέον είμαστε έτοιμοι να γνωρίσουμε το περιβάλλον στο οποίο θα εργαστούμε.



Αριστερά βλέπουμε το **Παράθυρο Πλοήγησης**, το οποίο περιλαμβάνει τις εξής κατηγορίες μενού: **Έναρξη, Κρατήσεις, Πελάτες, Δωμάτια & Κατηγορίες, Πρακτορεία και Οικονομικά Στοιχεία**. Οι κατηγορίες αυτές μας διευκολύνουν να έχουμε μία γρήγορη πρόσβαση στα διάφορα υπομενού τους.

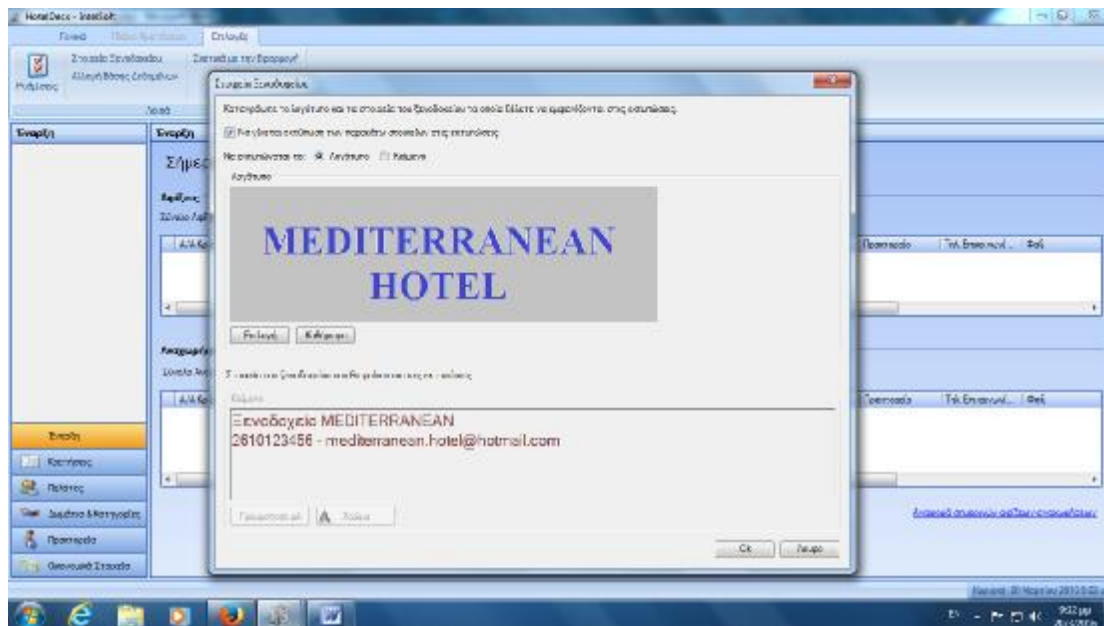
Πάνω, βλέπουμε την **Γραμμή Εργαλείων**, η οποία περιλαμβάνει στα **γενικά** τις επιλογές **Νέος Πελάτης** (στην περίπτωση που θέλουμε να δημιουργήσουμε έναν νέο πελάτη), **Νέα Κράτηση** (για την καταχώρηση μιας κράτησης), **Νέα Κατηγορία Δωματίου** (για να εισάγουμε

μια κατηγορία όπως πχ τρίκλινο δωμάτιο), *Νέο Δωμάτιο* (για να προσθέσουμε ένα νέο δωμάτιο στο πρόγραμμά μας), *Καταχώρηση Εξόδων* (όπου θα καταχωρούμε όλα εκείνα τα έξοδα του πραγματοποιούνται απ' το ξενοδοχείο), *Νέα Απόδειξη Είσπραξης* (για να εκδώσουμε μία απόδειξη σε κάποιον πελάτη που μας εξοφλεί), *Νέο Πρακτορείο* (για να καταχωρήσουμε το πρακτορείο με το οποίο συνεργαζόμαστε), *Επεξεργασία* (για να επεξεργαστούμε κάποια φόρμα που έχουμε επιλέξει), *Διαγραφή* (για να διαγράψουμε κάποια φόρμα που έχουμε επιλέξει), *Ανανέωση Δεδομένων* (για να ανανεώσουμε την σελίδα στην οποία βρισκόμαστε) και *Εφεδρικό Αρχείο* (για την δημιουργία μιας εφεδρικής βάσης δεδομένων).

Στην περίπτωση που εισέλθουμε σε κάποιο υπομενού των κατηγοριών που περιλαμβάνονται στο παράθυρο πλοήγησης, τότε αμέσως εμφανίζονται και άλλες επιλογές στην Γραμμή Εργαλείων. Συγκεκριμένα εμφανίζεται η επιλογή *Εξαγωγή σε Excel* (για να εξαγάγουμε πχ την κατάσταση των πελατών μας σε μορφή xls ώστε να δώσουμε περαιτέρω επεξεργασία), *Εκτύπωση Λίστας* (για να εκτυπώσουμε σε εκτυπωτή κάποια φόρμα στην κατηγορία μενού που έχουμε επιλέξει ή ακόμη και να κάνουμε προεπισκόπηση και να την αποθηκεύσουμε σε κάποιο αρχείο όπως pdf) και το *Καθάρισμα Φίλτρων* (στην περίπτωση που έχουμε βάλει κάποιο φίλτρο προκειμένου να διευκολυνθούμε σε κάποια αναζήτηση στο πρόγραμμα).

11.2 Στοιχεία ξενοδοχείου

Πηγαίνουμε στην **Γραμμή Εργαλείων, Επιλογές → Στοιχεία Ξενοδοχείου**, έτσι ώστε να εισάγουμε ορισμένα στοιχεία σχετικά με το ξενοδοχείο, όπως την *ονομασία*, το *λογότυπο* καθώς και τα *e-mail* ή τα *τηλέφωνα* που χρησιμοποιεί, εμφανίζοντάς τα σε κάθε εκτύπωση καταστάσεων του. (το σημείο του προγράμματος που γίνεται η εισαγωγή των στοιχείων του ξενοδοχείου, απεικονίζεται και στην παρακάτω εικόνα).

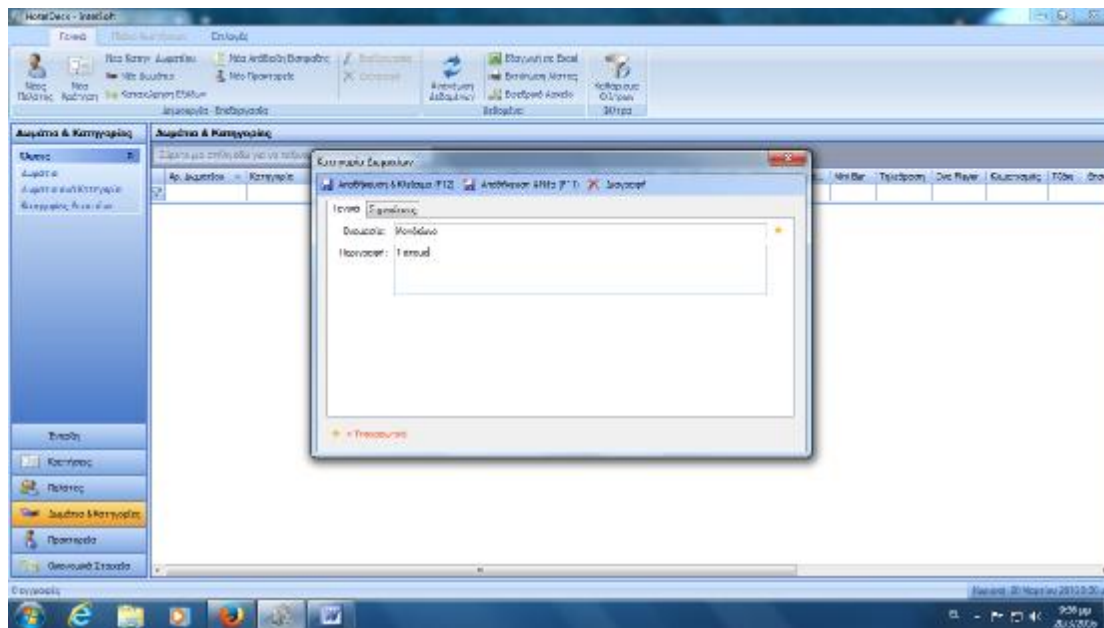


Συνάμα στο μενού **επιλογές** μπορούμε να *αλλάξουμε την βάση δεδομένων* εισάγοντας μία νέα SQL για το ξενοδοχείο μας ή να *μπούμε στις ρυθμίσεις* και να *αλλάξουμε πχ τον ΦΠΑ*.

11.3 Στοιχεία σχετικά με τα δωμάτια που διαθέτει το ξενοδοχείο

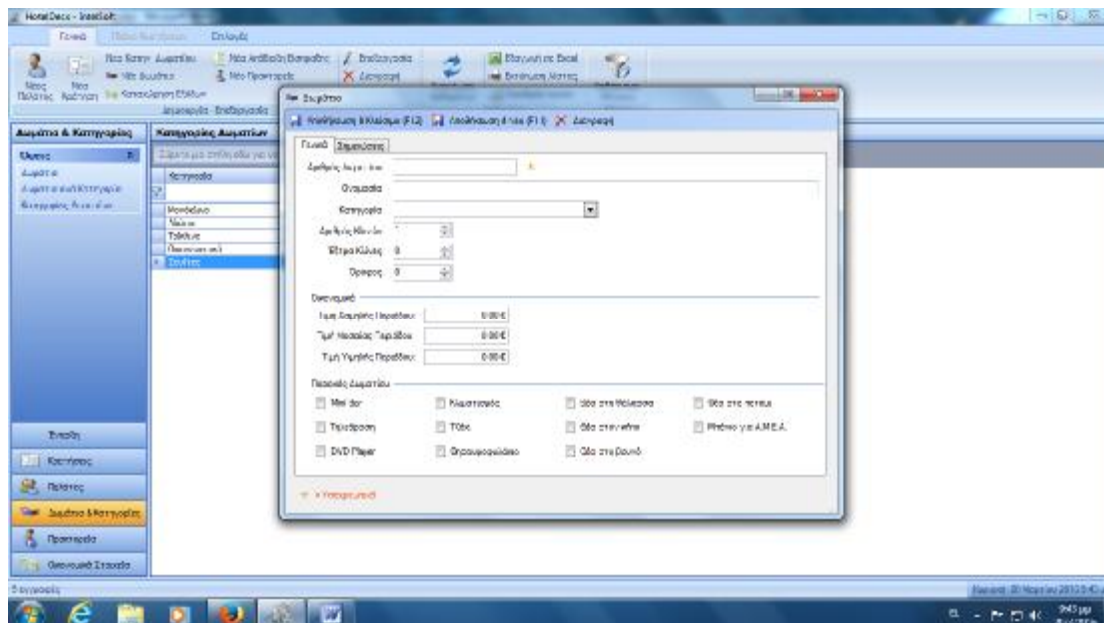
Θα θεωρήσουμε ότι το ξενοδοχείο που θα εργαστούμε επιφέρει την ονομασία *Mediterranean Hotel* καθώς το επόμενο βήμα είναι να αρχίσουμε να περνάμε βασικά στοιχεία του όπως ο αριθμός των κλινών που διαθέτει, τα νούμερα του κάθε δωματίου, η οργάνωσή τους σε κατηγορίες ανάλογα με το αν είναι μονόκλινα, δίκλινα κτλ, οι παροχές ή υπηρεσίες που προσφέρει το κάθε δωμάτιο, έτσι ώστε να είμαστε σε θέση να ενημερώσουμε κάποιον πελάτη σχετικά με την διαθεσιμότητα των δωματίων αλλά και των ημερομηνιών που επιθυμεί να κάνει κράτηση.

Αρχικά για να εισάγουμε τις κατηγορίες των δωματίων που διαθέτει το ξενοδοχείο πηγαίνουμε στη **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Νέα Κατηγορία Δωματίου**.



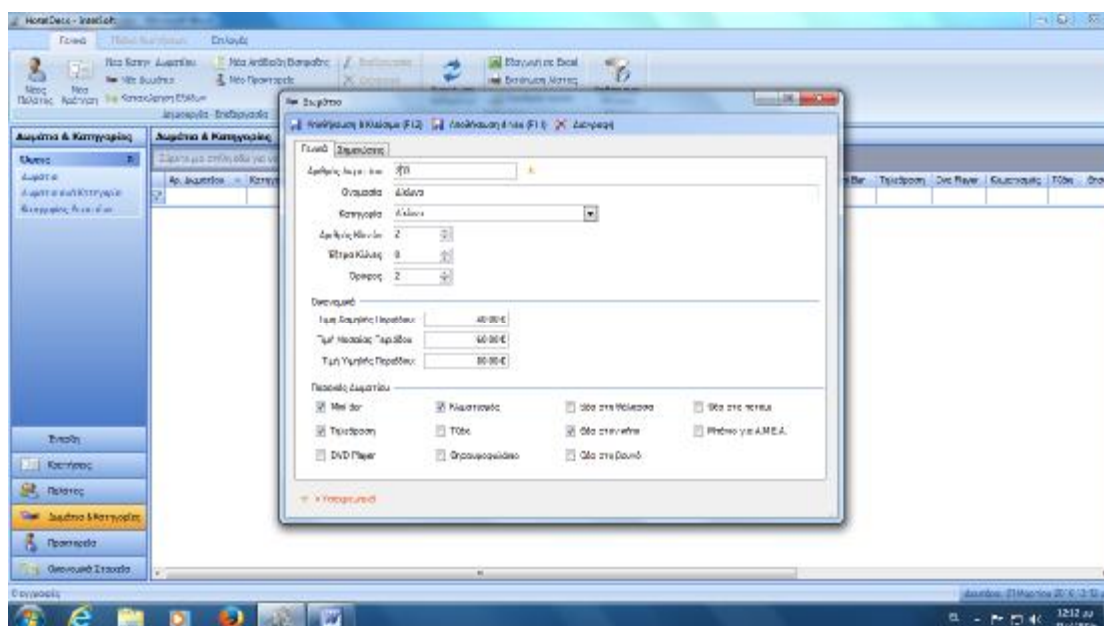
Βάζουμε στην ονομασία πχ μονόκλινο και στην περιγραφή για ένα άτομο. Με τον ίδιο τρόπο δημιουργούμε και τις υπόλοιπες κατηγορίες όπως δίκλινο, τρίκλινο, οικογενειακό, σουίτες κτλ. Τέλος αποθηκεύουμε τις αλλαγές πατώντας F12 στην περίπτωση που δεν έχουμε κάποια επιπλέον καταχώρηση να κάνουμε έτσι ώστε να βγούμε απ' το παράθυρο, αλλιώς επιλέγουμε το F11 έτσι ώστε να συνεχίσουμε με επόμενη καταχώρηση.

Έπειτα καταχωρούμε τα δωμάτια με τις αντίστοιχες παροχές τους. Πηγαίνουμε **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Νέο Δωμάτιο**, και μεταφερόμαστε στο παρακάτω παράθυρο.



Στο πεδίο *αριθμός δωματίου*, βάζουμε τον αριθμό του συγκεκριμένου δωματίου που καταχωρούμε, αν θέλουμε του δίνουμε κάποια ονομασία στο πεδίο *ονομασία* και στην *κατηγορία* επιλέγουμε τι είδους δωμάτιο είναι (αν είναι δίκλινο τρίκλινο κτλ). Στη συνέχεια στον *αριθμό κλινών* σημειώνουμε από πόσες κλίνες αποτελείται το δωμάτιο που καταχωρούμε, αν προσφέρουμε κάποιο επιπλέον δωμάτιο το σημειώνουμε στο *πεδίο έξτρα κλίνες* καθώς και σε ποιο όροφο βρίσκεται το δωμάτιο στο *πεδίο όροφος*. Επιπλέον ορίζουμε τις τιμές που προσφέρουμε το δωμάτιο προς κράτηση για την *χαμηλή, μεσαία και υψηλή* περίοδο και τέλος τσεκάρουμε ποιες από τις παρακάτω παροχές προσφέρει το δωμάτιο.

Στο παράδειγμά μας φαίνεται η καταχώρηση ενός δίκλινου δωματίου με τον αριθμό 203, το οποίο βρίσκεται στον 2^ο όροφο και οι τιμές του για την χαμηλή, μεσαία, υψηλή περίοδο είναι 40, 60, 80 ευρώ αντίστοιχα. Τέλος το δωμάτιο προσφέρει μίνι μπαρ, τηλεόραση κλιματισμό και θέα στον κήπο.



Πατάμε αποθήκευση με όποια από τις δύο μεθόδους επιθυμούμε (F11, F12) και συνεχίζουμε.

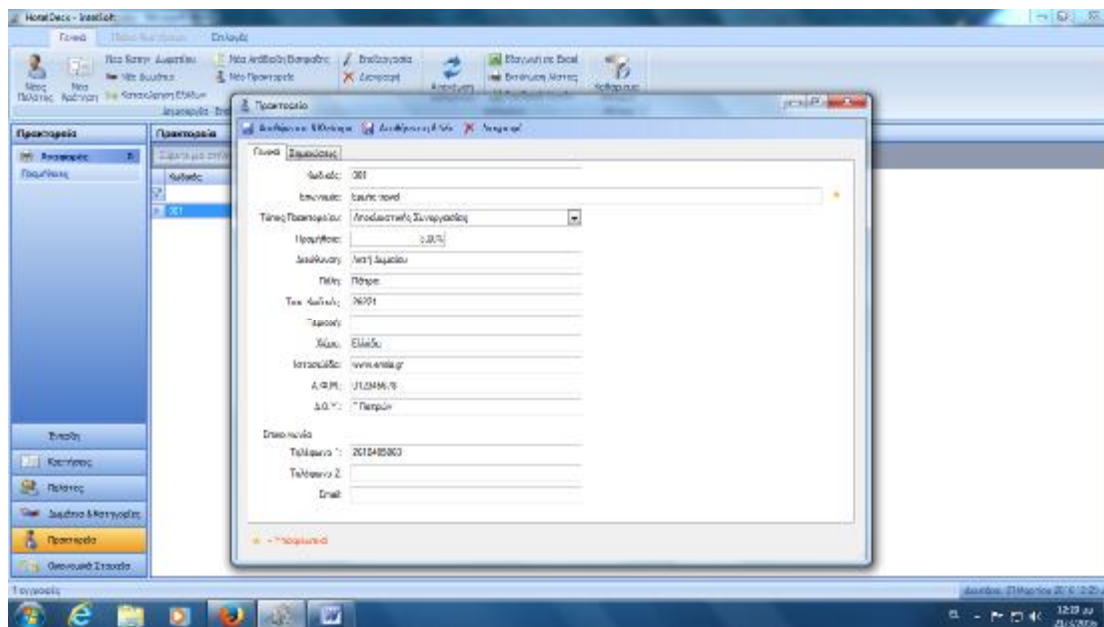
Για να δούμε από ποια δωμάτια αποτελείται το ξενοδοχείο καθώς και για να δούμε διάφορα στοιχεία που τα διακρίνουν, μπορούμε από το **Παράθυρο Πλοήγησης** και επιλέγοντας **Δωμάτια και Κατηγορίες**, στο υπομενού **Όψεις**, να αναζητήσουμε δωμάτια με βάση τον αριθμό τους, τον όροφο που βρίσκονται, την τιμή τους, τις κλίνες που διαθέτουν, την κατηγορία τους ή ακόμη και τις παροχές που προσφέρουν.

11.4 Καταχώρηση πρακτορείων

Αφού έχουμε ορίσει και τα δωμάτια που διαθέτει το ξενοδοχείο, το επόμενο βήμα είναι να καταχωρήσουμε τα πρακτορεία με τα οποία συνεργάζεται το ξενοδοχείο.

Πηγαίνουμε **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Νέο Πρακτορείο**.

Στο παράδειγμά μας δημιουργούμε το πρακτορείο με την επωνυμία *Ερμής Travel*, κωδικό 001, αποκλειστικής συνεργασίας. Η προμήθεια που θα του αποδίδουμε θα την ορίσουμε στο 3%. Ακολουθεί η συμπλήρωση των υπόλοιπων στοιχείων του πρακτορείου, όπως η διεύθυνσή του, σε ποια πόλη βρίσκεται, σε ποια χώρα, ο ταχυδρομικός του κώδικας, το ΑΦΜ που διαθέτει καθώς και η ΔΟΥ στην οποία ανήκει, τα τηλέφωνα, τα e-mail και την ιστοσελίδα του.



Πατάμε F11 ή F12 για αποθήκευση και πηγαίνουμε στο επόμενο βήμα.

Για να αναζητήσουμε κάποιο πρακτορείο με το οποίο συνεργαζόμαστε πηγαίνουμε **Παράθυρο Πλοήγησης** → **επιλέγουμε Πρακτορεία** και αναζητούμε με διάφορους τρόπους όπως με βάση τον κωδικό του πρακτορείου, την επωνυμία, το τηλέφωνο, το e-mail, την προμήθεια, τον τύπο. Επίσης μπορούμε να εκτυπώσουμε στο υπομενού **Αναφορές**, σχετικές καταστάσεις με τις προμήθειες των πρακτορείων.

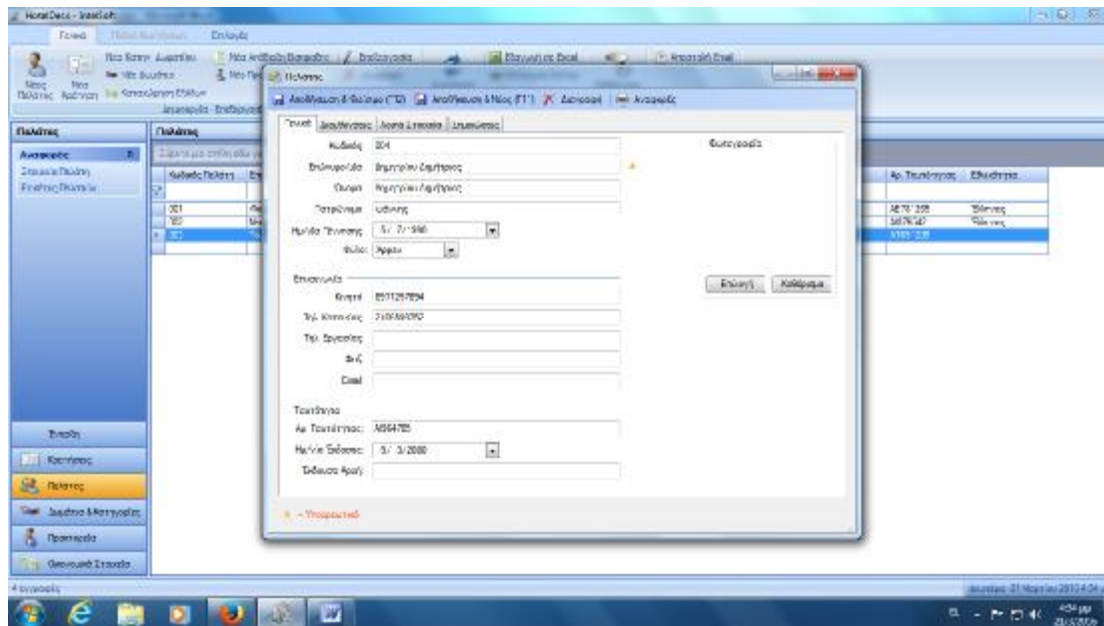
11.5 Καταχώρηση πελατών

Όταν στο ξενοδοχείο καταφτάσει ένας πελάτης είτε μας πάρει κάποιος άλλος τηλέφωνο και επιθυμεί να κάνει κάποια κράτηση, αμέσως καταχωρούμε στο πληροφοριακό σύστημα τα στοιχεία του.

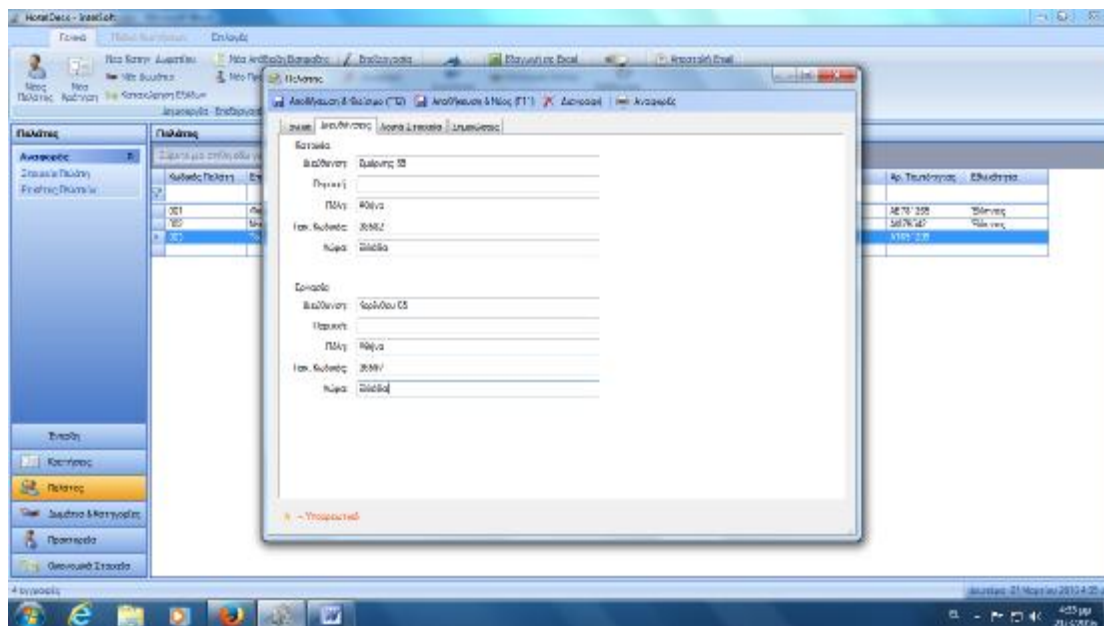
Για να γίνει αυτό κάνουμε την εξής ενέργεια:

Πηγαίνουμε **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Νέος Πελάτης**

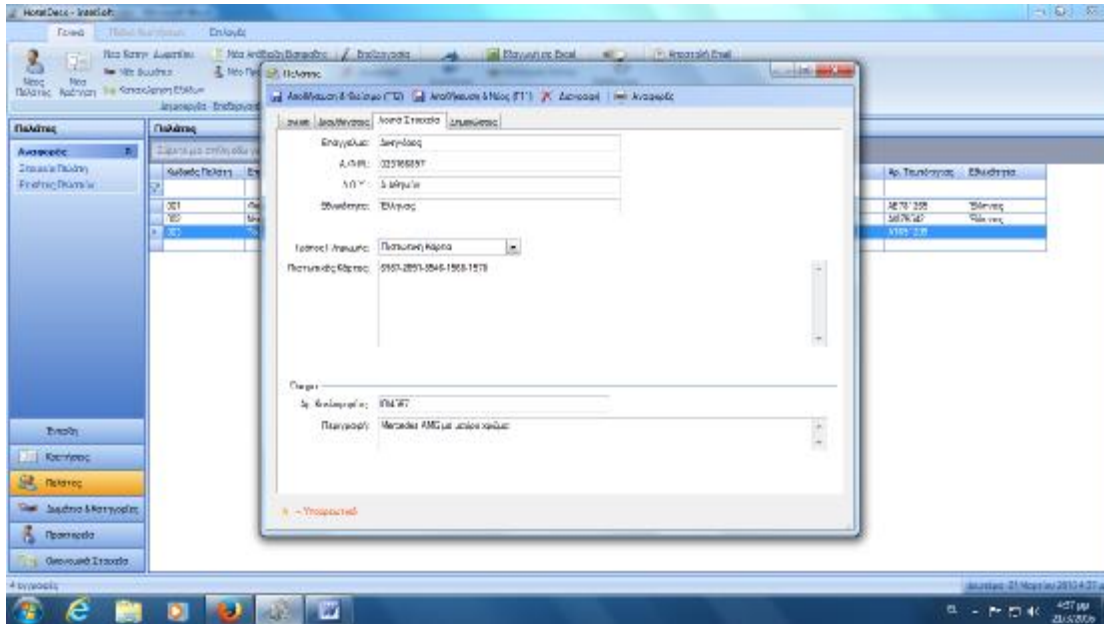
Στο παράθυρο που εμφανίζεται στην καρτέλα **Γενικά** καταχωρούμε : κωδικό, επώνυμο/ία, όνομα, πατρώνυμο, ημερομηνία γέννησης, φύλο, κινητό, τηλέφωνο οικίας, φαξ , email, αριθμός ταυτότητας καθώς και την ημερομηνία έκδοσης της.



Στην καρτέλα **διευθύνσεις** καταχωρούμε :διεύθυνση, περιοχή, πόλη, ταχυδρομικό κώδικα και χώρα του πελάτη. Αν χρειάζεται καταχωρούμε και για την εργασία του τα παραπάνω.



Στην καρτέλα **Λοιπά στοιχεία** εμφανίζουμε : επάγγελμα, ΑΦΜ, ΔΟΥ, εθνικότητα καθώς και τον τρόπο με τον οποίο θα μας πληρώσει (μετρητά ή με πιστωτική κάρτα). Εάν ο πελάτης έχει στη διάθεσή του parking ,τότε καταχωρούμε τον αριθμό κυκλοφορίας του οχήματός του.

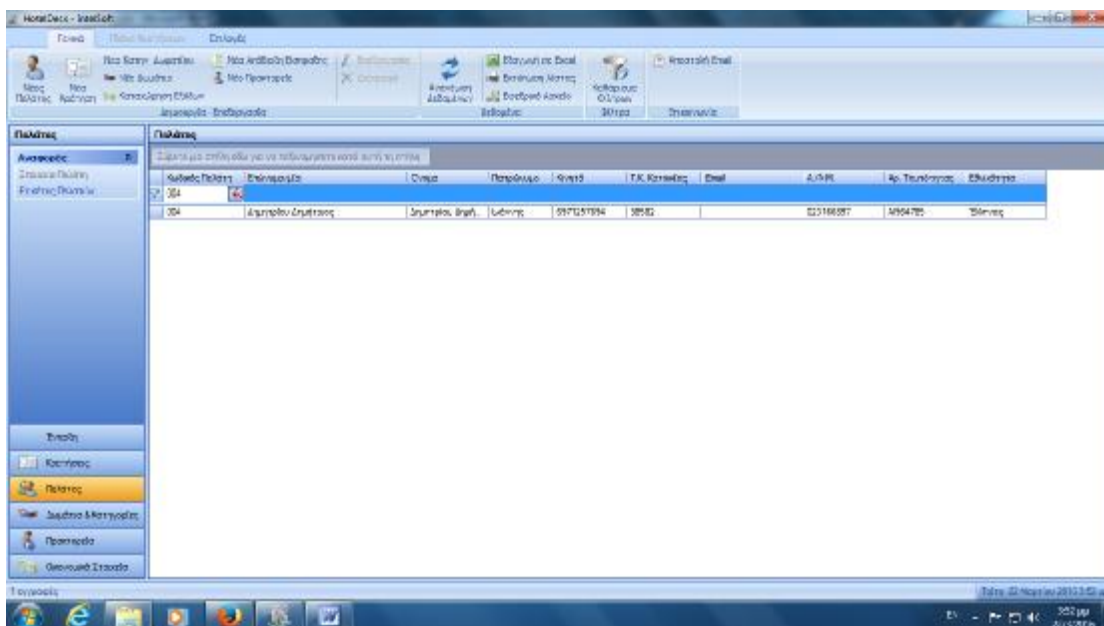


Στην καρτέλα **Σημειώσεις** αναφέρουμε περαιτέρω περιγραφές αν χρειάζεται.

Στο παράδειγμά μας θεωρούμε ότι έρχεται στο ξενοδοχείο ο πελάτης Δημητρίου Δημήτριος για τον οποίο εμφανίζουμε στο πληροφοριακό μας σύστημα τα εξής στοιχεία ανά καρτέλα που απεικονίσαμε παραπάνω.

Πατάμε F11 ή F12 για αποθήκευση και συνεχίζουμε με την κράτηση. Μπορούμε να αναζητήσουμε κάποιον πελάτη πηγαίνοντας **Παράθυρο Πλοήγησης** → **Πελάτες** και αναζητούμε με βάση τον κωδικό πελάτη, το πατρώνυμο, την επωνυμία, το τηλέφωνο, το e-mail, το ΑΦΜ και τον αριθμό ταυτότητας.

Ακόμη μπορούμε στο υπομενού του **Παραθύρου Πλοήγησης, Αναφορές**, να εκτυπώσουμε αναφορές σχετικά με τα **στοιχεία πελάτη** ή την **ετικέτα πελάτη**. Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται ότι έχουμε αναζητήσει τον πελάτη Δημητρίου Δημήτριο με βάση τον κωδικό του.



Σημείωση: καλό θα ήταν στις αναζητήσεις που θέλουμε να κάνουμε να χρησιμοποιούμε μοναδικά στοιχεία αναζήτησης όπως είναι πχ ο αριθμός της ταυτότητας, ο αριθμός τηλεφώνου, διότι αν αναζητήσουμε με βάση το όνομα για παράδειγμα μπορεί να υπάρχει κάποια συνωνυμία στο πελατολόγιό μας και να γίνει λανθασμένη κίνηση.

11.6 Κρατήσεις

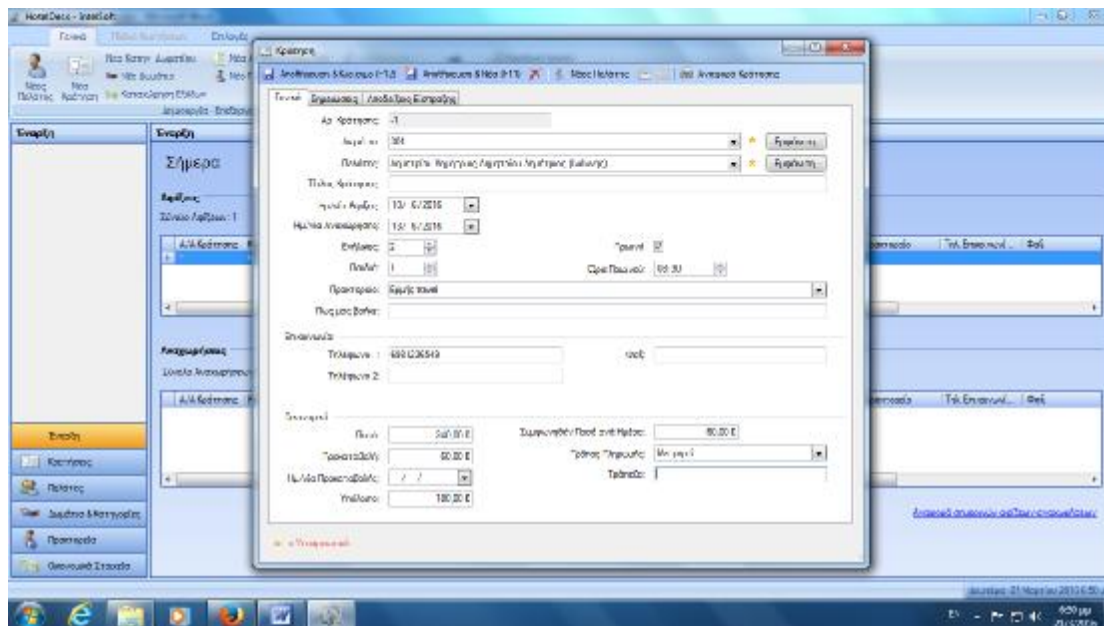
Αφού συμπληρώσουμε τα στοιχεία του πελάτη στο προηγούμενο βήμα, μένει να πραγματοποιήσουμε την κράτησή του.

Πηγαίνουμε στην **Γραμμή Εργαλείων → Γενικά → Νέα κράτηση**

Συμπληρώνουμε στα **γενικά** τον **αριθμό της κράτησης**, το **δωμάτιο** που γίνεται η κράτηση, τον **πελάτη**, την **ημερομηνία άφιξης** και **αναχώρησης**, πόσοι **ενήλικες** και πόσα **παιδιά** θα μείνουν στο δωμάτιο, αν ο πελάτης έχει **συμφωνία για πρωινό** και ποια **ώρα** θα το λαμβάνει, αν ήρθε με κάποιο **πρακτορείο**, τα **στοιχεία επικοινωνίας του** (τηλέφωνο), το **ποσό που παραχωρούμε το δωμάτιο**, αν μας έχει δώσει κάποια **προκαταβολή**, το **ποσό της**, καθώς και την **ημερομηνία που την κατέβαλε**. Τέλος συμπληρώνουμε το **ποσό που θα μας πληρώνει ανά μέρα διαμονής του** και τον **τρόπο με τον οποίο θα μας πληρώνει**.

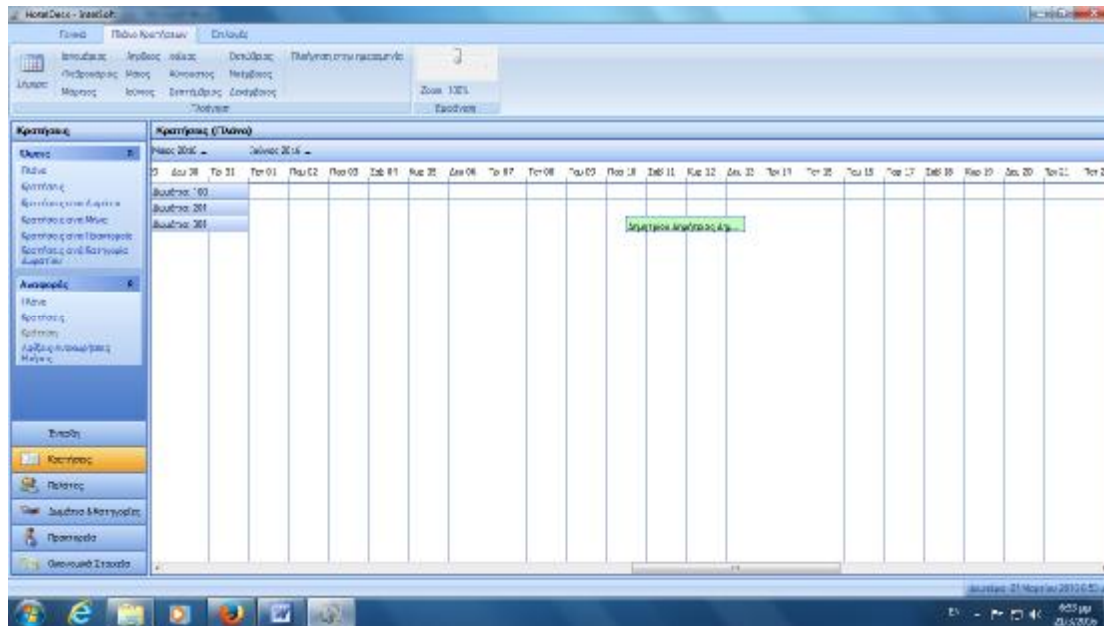
Στο παράδειγμά μας ο πελάτης Δημητρίου Δημήτριος κάνει κράτηση μέσω του πρακτορείου Ερμής Travel για την ημερομηνία 10/6/2016 έως και την 13/6/2016 στο δωμάτιο 301 (τρίκλινο) ο οποίος θα διαμείνει με την γυναίκα του και το παιδί τους. Η συμφωνία μας με τον πελάτη περιλαμβάνει πρωινό το οποίο επιθυμεί να λαμβάνει στις 8:30 το πρωί. Το ποσό που συμφωνήθηκε για την παραχώρηση ορίζεται στα 80€ την ημέρα και μας έδωσε προκαταβολή 60€ στις 9/6/2016. Έχει συμφωνήσει να μας δίνει 60€ την ημέρα και το υπόλοιπό του με βάση την προκαταβολή είναι 180€ Τέλος ο πελάτης Δημητρίου Δημήτριος θα μας εξοφλεί με μετρητά.

Στην καρτέλα **αποδείξεις εισπραξης** θα εκδώσουμε την απόδειξη όταν εκείνος μας εξοφλήσει ή ανάλογα με το τι έχει συμφωνηθεί.



Πατάμε F11 ή F12 για αποθήκευση της κράτησης.

Μπορούμε να δούμε την κατάσταση της κράτησης που μόλις κάναμε πηγαίνοντας **Παράθυρο Πλοήγησης → Κρατήσεις → Πλάνο Κρατήσεων → Ιούνιος**.

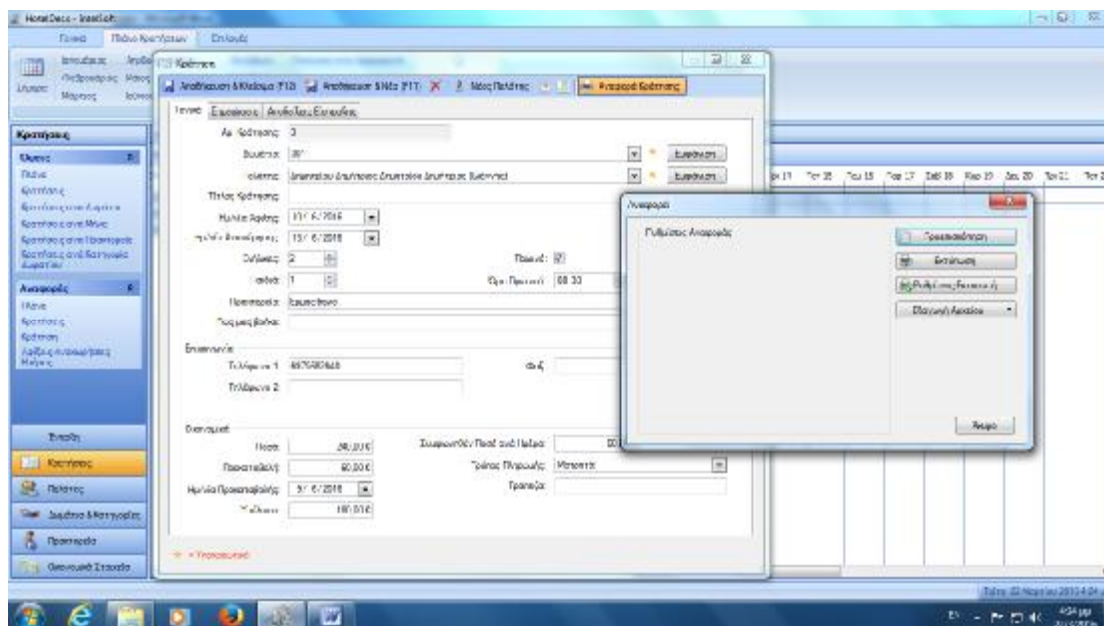


Γενικά με τον τρόπο αυτό μπορούμε να παρακολουθήσουμε όλες εκείνες τις κρατήσεις που έχουμε κάνει επιλέγοντας τον αντίστοιχο μήνα που τις αφορούν.

Επιπλέον έχουμε την δυνατότητα μέσα από το υπομενού των κρατήσεων να δούμε τις κρατήσεις ανά δωμάτιο, ανά μήνα, ανά πρακτορείο, ανά κατηγορία δωματίου καθώς και το πλάνο τους και να εκτυπώσουμε τις αναφορές που επιθυμούμε.

Για παράδειγμα για τον πελάτη Δημητρίου Δημήτριο θέλουμε να εκτυπώσουμε την καρτέλα της κράτησής του.

Πατάμε διπλό κλικ πάνω στο όνομα του πελάτη που φαίνεται στο πλάνο, πατάμε αναφορά κράτησης στο παράθυρο που εμφανίζεται και έπειτα είτε προεπισκόπηση, είτε εκτύπωση.



Πατώντας προεπισκόπηση παίρνουμε το εξής αποτέλεσμα:

Ξενοδοχείο **MEDITERRANEAN**
2610123456 - mediterranean.hotel@hotmail.com

Κράτηση

Στοιχεία Κράτησης

Αρ. Κράτησης:	3	Αρ. Δωματίου:	301
Ημ/νία Άφιξης:	10/6/2016	Όνομ. Δωματίου:	Τρίκλινο
Ημ/νία Αναχώρησης:	13/6/2016	Ενήλικες:	2
Πρωινό:	Ναι	Παιδιά:	1
Ώρα Πρωινού:	8:30		
Τίτλος Κράτησης:			
Πρακτορείο:	Ερμής travel		
Πως μας βρήκε:			
Τηλέφωνο 1:	6975682648	Φαξ:	
Τηλέφωνο 2:			
Σημειώσεις:			

Οικονομικά Στοιχεία Κράτησης

Ποσό:	240,00 €	Συμφ. Ποσό ανά Ημ.:	60,00 €
Προκαταβολή:	60,00 €	Τρόπος Πληρωμής:	Μετρητά
Ημ/νία Προκατ/λής:	9/6/2016	Τράπεζα:	

Στοιχεία Πελάτη

Κωδικός Πελάτη:	004
Όνοματεπώνυμο:	Δημητρίου Δημήτριος
Φύλο:	Άρρεν
Κινητό:	6971257894
Τηλ. Κατοικίας:	2106598752
Τηλ. Εργασίας:	
Φαξ:	
Email:	

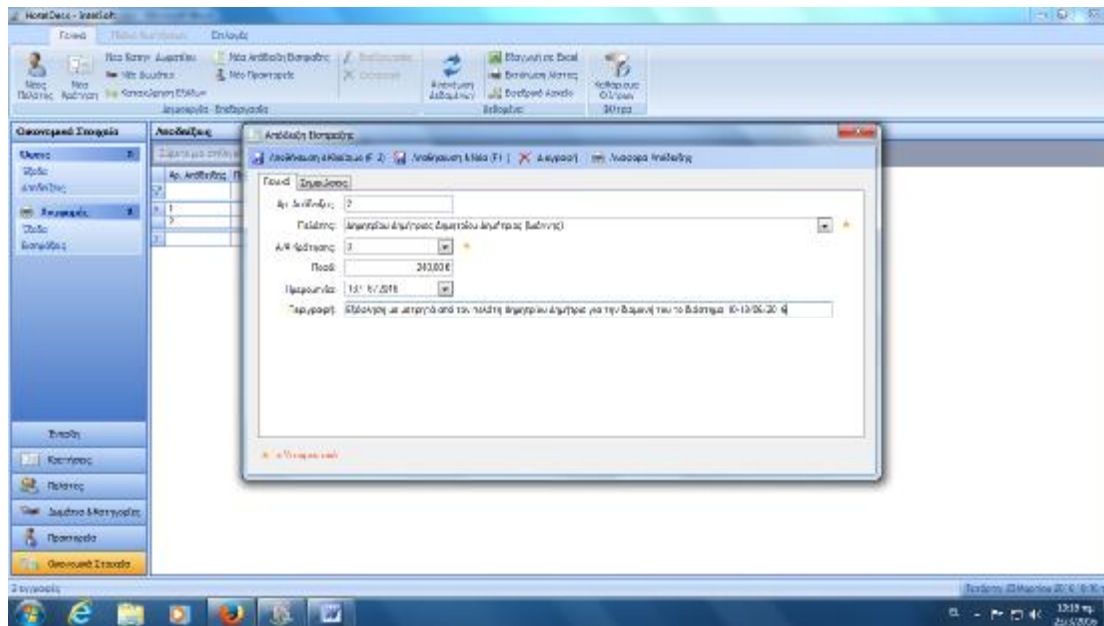


11.7 Οικονομικά στοιχεία ξενοδοχείου

Τα **Οικονομικά Στοιχεία** που περιλαμβάνονται στο μενού του παραθύρου πλοήγησης περιλαμβάνουν ορισμένες υποκατηγορίες, οι οποίες έχουν να κάνουν με τα έξοδα, τις αποδείξεις και τις εισπράξεις που αφορούν το ξενοδοχείο.

Για την δημιουργία όμως των παραπάνω παραστατικών κινούμαστε ως εξής:
Πηγαίνουμε **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Νέα Απόδειξη Είσπραξης** (όταν θέλουμε να εκδώσουμε παραστατικό ότι έχουμε πληρωθεί).

Εμφανίζεται το παρακάτω παράθυρο, το οποίο συμπληρώνουμε με βάση την συμφωνία που έχουμε με τον πελάτη Δημητρίου Δημήτριο.



Εκδίδουμε δηλαδή το παραστατικό με αριθμό No2, επιλέγουμε τον πελάτη Δημητρίου Δημήτριο, το δωμάτιο που διέμεινε ο πελάτης(δωμάτιο 301), το συνολικό ποσό για τις μέρες που διέμεινε (μειον την προκαταβολή), την ημερομηνία που εκδίδουμε το παραστατικό καθώς και μία περιγραφή για να διευκρινιστεί ο σκοπός που εκδώσαμε την απόδειξη εισπράξης.

Επιλέγουμε F11 ή F12 για αποθήκευση και εκτυπώνουμε την σχετική αναφορά.

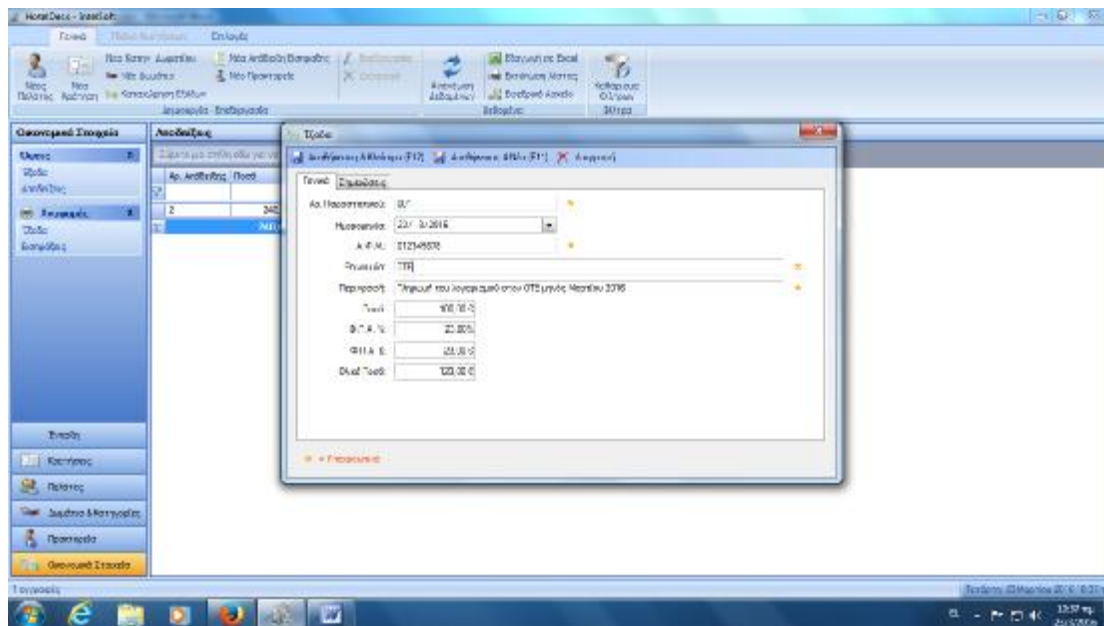
Εισπράξεις

Από 1/3/2016 έως 31/8/2016

Αρ. Απόδ.	Ημερομηνία	Πελάτης	Περιγραφή	Ποσό
2	13/6/2016	Δημητρίου Δημήτριος	Εξόφληση με μετρητά από τον πελάτη	240,00 €
Σύνολο:				240,00 €

Για την καταχώρηση των εξόδων που πραγματοποιούνται απ' το ξενοδοχείο εργαζόμαστε ως εξής:

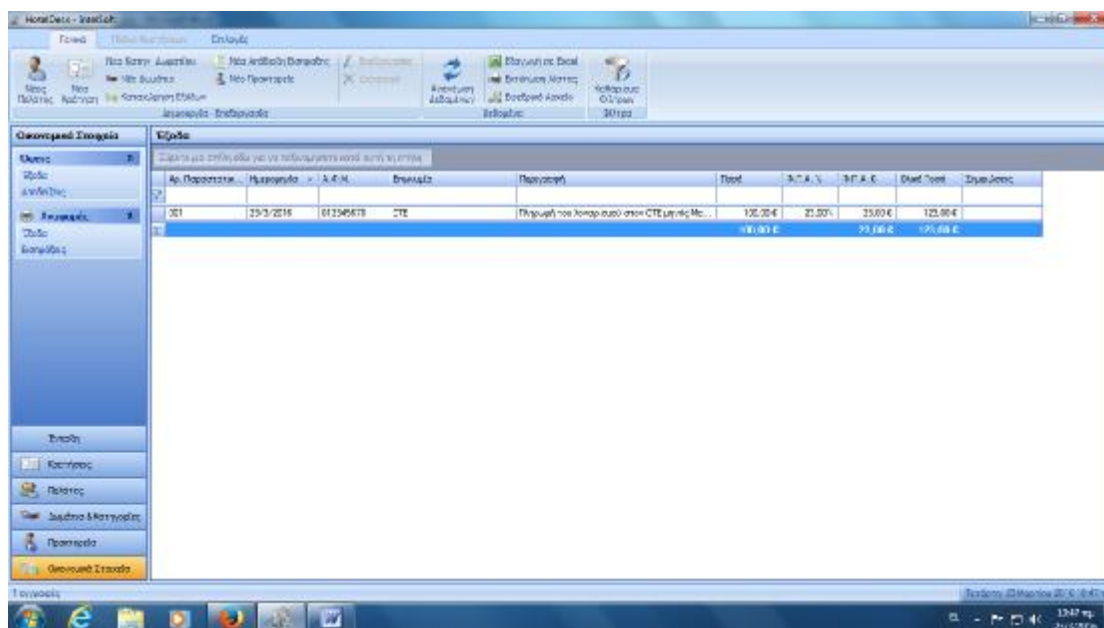
Πηγαίνουμε **Γραμμή Εργαλείων** → **επιλέγουμε Γενικά** → **Καταχώρηση Εξόδων**
Εμφανίζεται το παρακάτω παράθυρο στο οποίο συμπληρώνουμε τον αριθμό παραστατικού (001), την ημερομηνία που πραγματοποιήθηκε το έξοδο (23/3/2016), το ΑΦΜ του προσώπου (φυσικού ή νομικού) για το οποίο πραγματοποιήσαμε το έξοδο (στο παράδειγμά μας καταχωρούμε έξοδα που αφορούν την τηλεφωνία), την επωνυμία, την αιτιολόγηση πραγματοποίησης του εξόδου και τέλος βάζουμε το ποσό και τον αντίστοιχο ΦΠΑ και το πρόγραμμα αμέσως υπολογίζει την μεικτή αξία.



Επιλέγουμε F11 ή F12 για την καταχώρηση της κίνησής μας.

Τέλος μπορούμε πηγαίνοντας στο **Παράθυρο Πλοήγησης** → **Οικονομικά Στοιχεία**, να δούμε μέσα από την υποκατηγορία **Όψεις** τις κινήσεις εξόδων και εισπράξεων που έχουμε κάνει (αναζητώντας με βάση τον αριθμό απόδειξης, το ποσό, την ημερομηνία, την περιγραφή τις **αποδείξεις εισπράξης** ενώ με βάση τον αριθμό παραστατικού, την επωνυμία, την ημερομηνία, το ΑΦΜ, το ποσό, το ΦΠΑ τα **έξοδα**), ενώ μπορούμε να εκτυπώσουμε την αναφορά που επιθυμούμε είτε για τις εισπράξεις είτε για τα έξοδα μέσω της υποκατηγορίας **Αναφορές**.

Στο παράδειγμά μας τα έξοδα στο μενού όψεις απεικονίζονται ως εξής,



ενώ παρακάτω φαίνεται η αναφορά που εκτυπώνουμε για τα τηλεφωνικά έξοδα:

Ξενοδοχείο MEDITERRANEAN
2610123456 - mediterranean.hotel@hotmail.com

Έξοδα

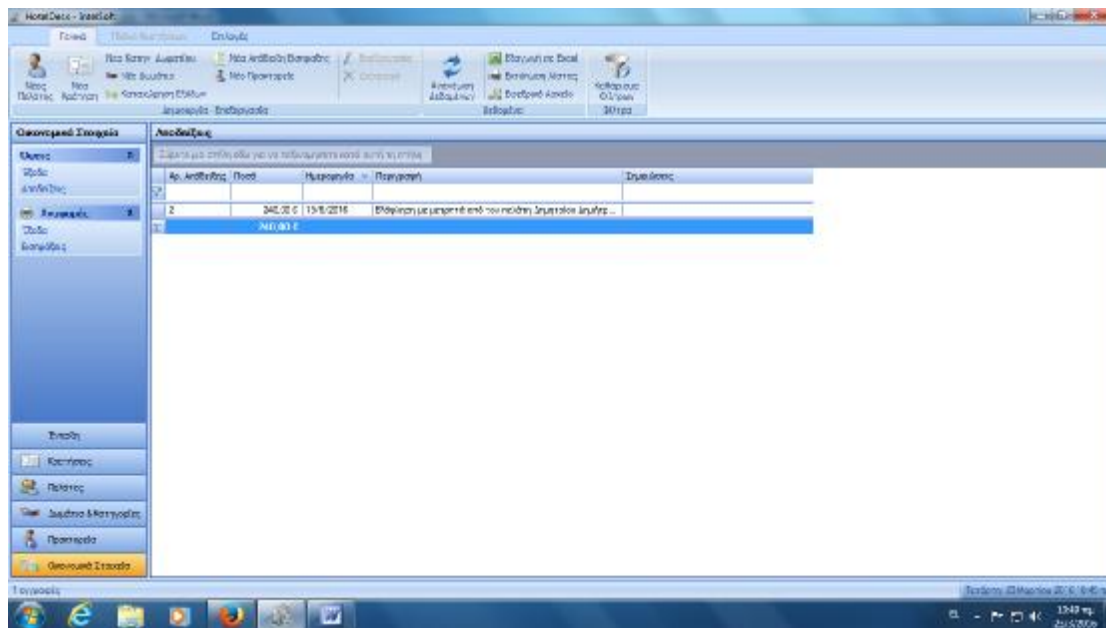
Έξοδα από 1/3/2016 έως 23/3/2016

Αρ.Παραστ.	Ημερομηνία	Α.Φ.Μ.	Επωνυμία	Περιγραφή	Ποσό	Φ.Π.Α.	Ολικό Ποσό
001	23/3/2016	012345678	ΟΤΕ	Πληρωμή του λογαριασμού στον ΟΤΕ μηνός Μαρ	100,00€	23,00€	123,00€
Σύνολο:					100,00€	23,00€	123,00€

Τετάρτη, 23 Μαρτίου 2016

Σελίδα 1 από 1

Οι αποδείξεις είσπραξης (μέσα στις οποίες περιλαμβάνεται και η απόδειξη της εξόφλησης από τον Δ Δημητρίου που εκδώσαμε προηγουμένως) εμφανίζονται ως εξής:



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία:

1. **Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη Ροδάνθη**, (2000), «*Τουριστική Οικονομία*», εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
2. **Ασβεστά Σ.-Πετροπούλου Γ.**, (2009), «*Κλαδική Λογιστική*», Κοζάνη.
3. **Ασβεστά Σ.-Πετροπούλου Γ.**, (2010), «*Θεωρία του Κόστους, Πρακτικές Εφαρμογές*», Κοζάνη.
4. **Βαρβαρέσος Σ.**, (2000), «*Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*», εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.
5. **Βασιλείου Δημήτριος, Ηρειώτης Νικόλαος**, (2008), «*Χρηματοοικονομική Διοίκηση, Θεωρεία και Πρακτική*», εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
6. **Γεωργιάδου Νίκη**, (2012), «*Εισαγωγή στο Εργατικό Δίκαιο*», (΄Β έκδοση), εκδόσεις Δελτίου Εργατικής Νομοθεσίας, Αθήνα.
7. **Ζαχαράτος Γερ.**, (1999), «*Οικονομική του Τουρισμού και Οργάνωση των Τουριστικών Ταξιδιών*», Τόμος Α, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ), Πάτρα.
8. **Ηγουμενάκης Ν.**, (2007), «*Τουριστική Οικονομία*» εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
9. **Καραχοντζίτης Δ.-Σαρλής Κ.**, (1989), «*Ξενοδοχειακή Λογιστική*», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
10. **Καρδακάρης Κωνσταντίνος**, (2000), «*Ξενοδοχειακή Λογιστική*», εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.
11. **Κοντάκος Γ. Αριστοτέλης**, (2006), «*Γενική Λογιστική*» (έννοιες, αρχές και τεχνικές), εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.
12. **Λαγός Δημήτρης**, (2005), «*Τουριστική Οικονομική*», εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
13. **Λαγός Δημήτρης-Λιαργκόβας Παναγιώτης**, (2008), «*Τουριστική Οικονομία*», 1^{ος} κύκλος ΄Β τάξη τομέα Οικονομίας και Διοίκησης, Ειδικότητα Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, Αθήνα
14. **Λαλλούμης Δημήτρης**, (2002), «*Διοίκηση Ξενοδοχείων*», εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε, Αθήνα.
15. **Λεκαράκου- Νιζάμη Κ.**, (2011), «*Ξενοδοχειακή Λογιστική*», εκδόσεις Λεκαράκου, Αθήνα.
16. **Παπαδάκης Β.**, (2002), «*Στρατηγική των Επιχειρήσεων*», εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.
17. **Παπαδάτου Δ. Θεοδώρα-Νικόλαος Πομόνης**, (2006), «*Η Λογιστική των Εμπορικών Εταιριών*», εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.
18. **Παπάς Α. Αντώνης**, (2011), «*Χρηματοοικονομική Λογιστική*», εκδόσεις Μπένου Γ., Αθήνα.
19. **Παυλάτος Ο.**, (2006), «*Λογιστική Κόστους*», σημειώσεις εισηγήσεων ΤΕΙ Χαλκίδας.
20. **Πομόνης Ν.**, (2010), «*Γενική Λογιστική II*», (4^η έκδοση), εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
21. **Φλώρος Αριστείδης**, (2010), «*Φορολογική Λογιστική*», εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική ΕΠΕ, Αθήνα.
22. **Φουντουλάκης Γ.**, (2002), «*Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*», ΤΕΕ 2^{ος} κύκλος Α τάξη, εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία:

1. **Montana P. & Charnov B.**, (2005), “ *Management*”, 3^η Αμερικάνικη έκδοση, εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

2. **Stephen P. Robbins, David A., Decenzo, Mary Coulter**, (2012), «*Διοίκηση Επιχειρήσεων, Αρχές και Εφαρμογές*», (μετάφραση Ηρώ Νικολάου), εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία:

- www.ebooks.edu.gr
- www.enterprisegreece.gov.gr
- www.espa.gr
- www.euretirio.com
- www.grecotel.gr
- www.greektourism.gr
- www.grhotels.gr
- www.hotelsline.gr
- www.intel-soft.gr
- www.kathimerini.gr
- www.oaed.gr
- www.poeeyte.gr
- www.politismospolitis.org
- www.proseminars.eu
- www.roomsforyou.gr
- www.seska.gr
- www.statistics.gr
- www.sete.gr
- www.soteriskefaals.net
- www.taxheaven.gr
- www.touristikiekpaideysi.gr
- www.visitgreece.gr
- www.wikipedia.com