

**Η φοροδοτική δυνατότητα των ξενοδοχείων
και η δυνατότητα αξιοποίησης της οικονομίας διαμοιρασμού
για τη φορολογική εξομάλυνση του κλάδου**



ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ



Grant Thornton

An instinct for growth™

Περιεχόμενα

| | |
|---|--------|
| Επιτελική σύνοψη | - 4 - |
| Εισαγωγή..... | - 6 - |
| Στόχος και μεθοδολογία ανάλυσης | - 7 - |
| 1. Ο ξενοδοχειακός κλάδος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα | - 9 - |
| 1.1 Οι προκλήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου..... | - 9 - |
| 1.2 Άμεση και έμμεση συμβολή ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία της χώρας..... | - 13 - |
| 1.3 Η θέση του ελληνικού προϊόντος διαμονής στη διεθνή ανταγωνιστικότητα | - 19 - |
| 2. Βιωσιμότητα ξενοδοχείων | - 27 - |
| 2.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου | - 27 - |
| 2.2 Συγκριτική ανάλυση φορολογικής επιβάρυνσης ξενοδοχείων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό..... | - 33 - |
| 2.3 Φοροδοτική ικανότητα ξενοδοχειακού κλάδου: δυνατότητες και περιορισμοί..... | - 37 - |
| 3. Οικονομία διαμοιρασμού: Παρούσα κατάσταση, επιπτώσεις και προοπτικές | - 39 - |
| 3.1 Παρούσα κατάσταση οικονομίας διαμοιρασμού και προοπτικές..... | - 39 - |
| 3.2 Επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού και απώλειες δημόσιων εσόδων..... | - 43 - |
| 3.3 Αξιοποίηση της οικονομίας διαμοιρασμού και φορολογική ισότητα | - 52 - |
| Συμπεράσματα..... | - 55 - |
| Βιβλιογραφία - Πηγές | - 57 - |
| Παράρτημα | - 61 - |

Διευκρινίσεις

Η παρούσα μελέτη επιπτώσεων συντάχθηκε από την Grant Thornton ΑΕ και απευθύνεται στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας. Όλα τα έγγραφα που αφορούν το έργο αναζητήθηκαν σε δημοσιευμένες πηγές. Οι πληροφορίες αυτές και τα στοιχεία δεν έχουν ελεγχθεί ανεξάρτητα από την Grant Thornton. Η έκφραση γνώμης και οι εκτιμήσεις αποτελεσμάτων και μεγεθών βασίζονται στις επιχειρηματικές, οικονομικές και άλλες συνθήκες της αγοράς που επικρατούν κατά την ημερομηνία της παρούσας έκθεσης. Η Grant Thornton δεν φέρει οποιαδήποτε υποχρέωση αναθεώρησης της γνώμης σε περίπτωση αλλαγής των συνθηκών σε μεταγενέστερο στάδιο, εκτός αν ζητηθεί γραπτώς από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.

Ιούλιος 2017

Επιτελική σύνοψη

A. Ο ξενοδοχειακός κλάδος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα

Ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί τον κυρίαρχο πυλώνα της τουριστικής βιομηχανίας, που διαμορφώνεται και επηρεάζεται άμεσα από οικονομικές, κοινωνικές και γεωπολιτικές εξελίξεις. Τα ξενοδοχεία σήμερα καλούνται να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και τις προκλήσεις ενός διαρκώς μεταβαλλόμενου και ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η αντιμετώπιση των προκλήσεων αποτελεί παράγοντα καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξή τους, τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι προκλήσεις εντάσσονται σε τρεις βασικές κατηγορίες: στρατηγικές (τοποθέτηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό, αντιμετώπιση νέων αναδυόμενων επιχειρηματικών μοντέλων), οικονομικές (περιβάλλον λειτουργίας, χρηματοοικονομική δομή, φορολογικά βάρη) και λειτουργικές (τρόπος λειτουργίας, νέες ανάγκες και απαιτήσεις πελατών, τεχνολογικές εξελίξεις). Σκοπός της έγκαιρης αντιμετώπισης των προκλήσεων αυτών είναι η εξασφάλιση της βιωσιμότητας των ξενοδοχείων και η περαιτέρω ανάπτυξή τους, ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Ελλάδα, που αποτελούν σημείο διεθνούς τουριστικού ενδιαφέροντος. Τα ξενοδοχειακά μεγέθη της χώρας άλλωστε φανερώνουν την τουριστική της δυναμική: 9.730 ξενοδοχεία δημιουργούν μια αγορά € 17,4 δισ., που αντιστοιχεί σχεδόν στο 10% του ΑΕΠ, δημιουργούν απασχόληση για 236 χιλ. άτομα ή για το 6,5% του απασχολούμενου δυναμικού. Κύριοι ανταγωνιστές της είναι η Ισπανία, η Ιταλία, η Κροατία, η Τουρκία και η Γαλλία. Διαθέτει αυξημένη παρουσία σε πολυτελή ξενοδοχεία (5*), όμως έχει και αυξημένο αριθμό ξενοδοχείων 1* και 2* που χρήζουν αναβάθμισης. Πετυχαίνει να προσελκύει τουρίστες που επιλέγουν μακρά διαμονή, αλλά αδυνατεί να σημειώσει υψηλές επιδόσεις σε επίπεδο δαπάνης ανά διανυκτέρευση. Πάρα ταύτα η χώρα έχει καταγράψει σημαντική άνοδο στα ποσοστά πληρότητας των ξενοδοχείων, αποσπώντας ένα μερίδιο της τάξεως του 4% σε επίπεδο τουριστικών εισπράξεων στο σύνολο της ευρωπαϊκής αγοράς (συμπεριλαμβανομένης και της Τουρκίας).

B. Βιωσιμότητα ξενοδοχείων

Η ανάλυση της οικονομικής βιωσιμότητας των ξενοδοχείων της χώρας πραγματοποιήθηκε μέσα από τη διερεύνηση των χρηματοοικονομικών μεγεθών, όπως αυτά αποτυπώνονται στις οικονομικές τους καταστάσεις. Μέσα από στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία οικονομικών καταστάσεων ξενοδοχείων, αναλύθηκαν οι λογιστικές καταστάσεις ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν το 12% της αγοράς για μια περίοδο επτά ετών (2009-2015). Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως υπάρχει μια διαχρονική βελτίωση του κύκλου εργασιών των ξενοδοχείων, ως αποτέλεσμα βέβαια και της γενικότερης ενίσχυσης του τουρισμού στη χώρα. Το γεγονός αυτό επέτρεψε τη βελτίωση του λειτουργικού αποτελέσματος και τη βελτίωση των αποτελεσμάτων προ φόρων. Ωστόσο, σε επίπεδο κερδών μετά φόρων τα ξενοδοχεία παρουσιάζουν μικρή βελτίωση, με πτώση μάλιστα το 2015, ως επακόλουθο των αλλαγών στο φορολογικό καθεστώς. Ο δείκτης ρευστότητας παραμένει χαμηλός, ενώ ο δείκτης κεφαλαιακής μόχλευσης δεν εμφανίζει τάση αποκλιμάκωσης καθώς εξακολουθούν να υπάρχουν υψηλά δανειακά βάρη. Οι καθαρές ροές δείχνουν πως το μέσο τυπικό ξενοδοχείο της χώρας έχει εξαντλήσει τη φοροδοτική του ικανότητα με το ισχύον φορολογικό καθεστώς. Επισημαίνεται επίσης πως τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα φέρουν το μεγαλύτερο φορολογικό βάρος σε σύγκριση με εκείνα των ανταγωνιστριών χωρών της. Ως προς τη διαφοροποίηση των οικονομικών μεγεθών ανά κατηγορία ξενοδοχείων, να αναφερθεί ότι τα

ξενοδοχεία 3* και 4* εμφανίζουν το υψηλότερο περιθώριο λειτουργικών κερδών, ενώ από την άλλη πλευρά τα ξενοδοχεία χαμηλών προδιαγραφών (1* και 2*) κατά μέσο όρο αδυνατούν να καταγράψουν κερδοφόρα αποτελέσματα.

Γ. Οικονομία διαμοιρασμού: Παρούσα κατάσταση, επιπτώσεις και προοπτικές

Η οικονομία διαμοιρασμού καταγράφει μια έντονη δυναμική στην Ελλάδα. Μέσα από την εξέταση της διαχρονικής της εξέλιξης τα τελευταία 3 έτη (2015-2017) και μέσα από την εφαρμογή δύο διαφορετικών μεθόδων, έγινε ποσοτικοποίηση τόσο των μεγεθών της όσο και των επιπτώσεων που προκαλεί. Σε επίπεδο διαμονής, η εν λόγω αγορά το 2017 αναμένεται να ξεπεράσει τα € 1,71 δισ.. Ωστόσο, λόγω της ισχυρής σχέσης υποκατάστασης, η οικονομία διαμοιρασμού προκαλεί απώλειες στην ξενοδοχειακή αγορά, της τάξεως των € 525 εκ.. Η διαφυγή αυτή εσόδων στα ξενοδοχεία προκαλεί απώλειες και σε επίπεδο θέσεων εργασίας (μεγέθους 13.680), που θα υπήρχαν σε περίπτωση όπου η οικονομία διαμοιρασμού δεν απορροφούσε μερίδιο από την ξενοδοχειακή αγορά. Οι δύο αυτές επιδράσεις προκαλούν απώλειες και σε επίπεδο δημοσίων ταμείων, με τα καθαρά διαφυγόντα έσοδα του δημοσίου να ανέρχονται στα € ~ 87 εκ. ετησίως. Το κυριότερο ωστόσο είναι ότι προκαλείται αυτή τη στιγμή στρέβλωση στην αγορά διαμονής και δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ της οικονομίας διαμοιρασμού και των ξενοδοχείων. Ως εκ τούτου είναι καίριας σημασίας να υπάρξει μια κοινή φορολογική διαχείριση των δύο τομέων, δεδομένου ότι προσφέρουν το ίδιο πρακτικά προϊόν. Σε περίπτωση αντίστοιχης φορολόγησης της οικονομίας διαμοιρασμού με τα ξενοδοχεία, θα προκύψει μια καθαρή εισροή προς τα δημόσια ταμεία της τάξεως των € ~ 342 εκ. ετησίως. Ως εκ τούτου η προώθηση της φορολογικής ισότητας όχι μόνο θα εξαλείψει τις απώλειες του δημοσίου που υπάρχουν σήμερα, αλλά θα αμβλύνει και τη στρέβλωση της αγοράς. Σε διαφορετική περίπτωση εκτιμάται πως η αγορά θα συνεχίσει να λειτουργεί αναποτελεσματικά, ο αθέμιτος ανταγωνισμός θα λάβει σημαντικές διαστάσεις, με ορατό πλέον τον κίνδυνο να πληγεί έντονα ένας τομέας, όπως τα ξενοδοχεία, που συνεισφέρει σημαντικά, τόσο σε επίπεδο οικονομίας όσο και απασχόλησης.

Εισαγωγή

Το παρόν παραδοτέο εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της σύμβασης που έχει υπογραφεί μεταξύ του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος και της Grant Thornton A.E. για την εκπόνηση μελέτης σχετικά με τη φοροδοτική δυνατότητα των ξενοδοχείων και τη δυνατότητα αξιοποίησης της οικονομίας διαμοιρασμού για τη φορολογική εξομάλυνση του κλάδου.

Στο πλαίσιο της σύμβασης αυτής, το παρόν παραδοτέο χωρίζεται σε τρία κεφάλαια ως ακολούθως:

- Κεφάλαιο 1^ο - Ο ξενοδοχειακός κλάδος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα: Αποτυπώνεται η παρούσα κατάσταση και οι μελλοντικές προκλήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου, ενώ εκτιμάται η άμεση και έμμεση συμβολή του στην οικονομία της χώρας τόσο σε επίπεδο συνεισφοράς στο ΑΕΠ, όσο και στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Συγχρόνως, εντοπίζονται οι κύριοι ανταγωνιστές της Ελλάδας στον τουρισμό και προσδιορίζεται η θέση του ελληνικού προϊόντος διαμονής σε σχέση με τους κύριους αυτούς ανταγωνιστές.
- Κεφάλαιο 2^ο – Βιωσιμότητα ξενοδοχείων: Προσδιορίζεται η οικονομική βιωσιμότητα του ξενοδοχειακού κλάδου μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης οικονομικών καταστάσεων αντιπροσωπευτικού δείγματος ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα αποτυπώνεται η φορολογική επιβάρυνση του ξενοδοχειακού κλάδου της Ελλάδας, ενώ γίνεται σχετική συγκριτική ανάλυση σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές της. Εκτιμάται τέλος η φοροδοτική ικανότητα των ξενοδοχείων, οι δυνατότητές τους αλλά και οι περιορισμοί τους.
- Κεφάλαιο 3^ο – Παρούσα κατάσταση, επιπτώσεις και προοπτικές της οικονομίας διαμοιρασμού: Αποτυπώνεται η παρούσα κατάσταση της οικονομίας διαμοιρασμού και η προοπτική της στην Ευρώπη και στην Ελλάδα. Εκτιμάται η οικονομική επίπτωση στα ξενοδοχεία και στα δημοσιονομικά έσοδα ενώ, τέλος, προσεγγίζεται η δυνατότητα αξιοποίησης της οικονομίας διαμοιρασμού ως αντίμετρο για τη φορολογική εξομάλυνση του ξενοδοχειακού κλάδου και για την προώθηση της φορολογικής ισότητας.

Στο τέλος της έκθεσης παρουσιάζονται τα κύρια συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των σχετικών αποτελεσμάτων.

Στόχος και μεθοδολογία ανάλυσης

Στόχος της παρούσας έκθεσης είναι η εξέταση των επιπτώσεων της οικονομίας διαμοιρασμού στην Ελλάδα και η διερεύνηση δυνατότητας αξιοποίησης της για την προώθηση της φορολογικής ισότητας στο ξενοδοχειακό κλάδο. Στο πλαίσιο του στόχου αυτού είναι απαραίτητα 3 βήματα:

- Να αποτυπωθεί η θέση και η συμβολή του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία, προκειμένου να αναδειχθεί η κρισιμότητά του,
- Να προσδιοριστεί η χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων και η φοροδοτική τους ικανότητα, προκειμένου να αναδειχθούν τα φοροδοτικά τους όρια και,
- Να ποσοτικοποιηθούν τα μεγέθη της οικονομίας διαμοιρασμού, προκειμένου να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις της στη ξενοδοχειακή αγορά, γενικότερα στην οικονομία και στα δημόσια έσοδα.

Το πρώτο βήμα, η αποτύπωση της θέσης και συμβολής του ξενοδοχειακού κλάδου στην ελληνική οικονομία, περιλαμβάνει 3 στάδια:

- Αρχικά διερευνούνται οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο ξενοδοχειακός κλάδος, ώστε να αναδειχθούν τα ζητήματα και οι περιορισμοί που υπάρχουν και χρειάζεται να ξεπεραστούν.
- Στη συνέχεια εκτιμάται η συμβολή του τουρισμού και του ξενοδοχειακού κλάδου στην ελληνική οικονομία, τόσο σε επίπεδο ΑΕΠ όσο και σε επίπεδο απασχόλησης.
- Τέλος, αποτυπώνεται η σημαντικότητα του ελληνικού προϊόντος διαμονής διεθνώς και προσδιορίζεται η θέση του έναντι των κύριων ανταγωνιστών της χώρας.

Σκοπός της αποτύπωσης των ανωτέρω στοιχείων είναι να αναδειχθεί η κρισιμότητα του ξενοδοχειακού κλάδου στην ελληνική οικονομία και η σημαντικότητά του σε διεθνές επίπεδο, ώστε να γίνει απόλυτα αντιληπτό πως οποιεσδήποτε ρυθμιστικές αποφάσεις που λαμβάνονται και αφορούν τον κλάδο, θα επηρεάσουν εν τέλει όλη τη χώρα.

Το επόμενο βήμα, η αποτύπωση της χρηματοοικονομικής θέσης των ξενοδοχείων και τα φοροδοτικά τους όρια, γίνεται μέσω της εξέτασης των οικονομικών καταστάσεων αντιπροσωπευτικού δείγματος ξενοδοχείων. Με τον τρόπο αυτό αξιολογείται η

υφιστάμενη χρηματοοικονομική κατάσταση των ξενοδοχείων και αποτυπώνεται η πραγματική οικονομική τους θέση, ώστε να εκτιμηθούν οι παράμετροι βιωσιμότητας και ανάπτυξης του κλάδου. Συγχρόνως, γίνεται μια αντιπαραβολή της φορολογικής επιβάρυνσης των ξενοδοχείων της Ελλάδας με εκείνη των κύριων ανταγωνιστριών χωρών, ώστε να εντοπιστούν τυχόν διαφοροποιήσεις στα φορολογικά καθεστώτα που προφανώς επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του κλάδου.

Στο τρίτο βήμα, γίνεται ο προσδιορισμός του μεγέθους της οικονομίας διαμοιρασμού στον τομέα διαμονής. Αρχικά καταγράφεται η παρούσα κατάσταση, τα ζητήματα και οι προοπτικές της στην Ευρώπη και στην Ελλάδα. Έπειτα προσεγγίζεται το μέγεθός της και διερευνώνται οι οικονομικές επιπτώσεις της στα ξενοδοχεία και τα δημόσια έσοδα. Τα δεδομένα που προκύπτουν, επιτρέπουν όχι μόνο να αναδειχθεί η επίδρασή της στην ξενοδοχειακή αγορά, αλλά και να διερευνηθούν οι δυνατότητες αξιοποίησής της με σκοπό την προώθηση της φορολογικής ισότητας στον ξενοδοχειακό κλάδο.

1. Ο ξενοδοχειακός κλάδος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα

Ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί τον κυρίαρχο πυλώνα της τουριστικής βιομηχανίας, που διαμορφώνεται και επηρεάζεται άμεσα από οικονομικές, κοινωνικές και γεωπολιτικές εξελίξεις. Η δυναμική του εξαρτάται από σειρά παραγόντων που δημιουργούν τη σχέση ποιότητας - τιμής των προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ ουσιαστικά επηρεάζεται κατά βάση από το κόστος, τον ανταγωνισμό, την οργάνωση των υπηρεσιών και το κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας. Ως αποτέλεσμα έχει δημιουργηθεί πλέον ένα ιδιαίτερος ανταγωνιστικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, όπου τα ξενοδοχεία και οι λοιποί μετέχοντες του κλάδου καλούνται όχι μόνο να εντοπίσουν αλλά κυρίως να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που τους παρουσιάζονται. Σκοπός της έγκαιρης αναγνώρισης και αντιμετώπισης των προκλήσεων αυτών άλλωστε, είναι πρωτίστως η εξασφάλιση της βιωσιμότητας τους αλλά και η περαιτέρω ανάπτυξή τους.

1.1 Οι προκλήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου

Ο τουρισμός ως κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο, αφορά στη μετακίνηση των ανθρώπων σε χώρες ή μέρη εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντός τους, για προσωπικούς ή επαγγελματικούς λόγους. Σήμερα αντιμετωπίζεται όλο και περισσότερο ως δικαίωμα παρά ως πολυτέλεια. Η στροφή αυτή είναι επακόλουθο του σύγχρονου τρόπου ζωής και κυρίως της συνεχώς αυξανόμενης πίεσης που ασκείται στον ελεύθερο χρόνο των ανθρώπων. Το γεγονός αυτό καθιστά τα ταξίδια και τον τουρισμό ολοένα και πιο σημαντικό μέρος της ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, προκαλώντας στους επισκέπτες την επιθυμία να βιώσουν μοναδικές και εξειδικευμένες εμπειρίες (UNWTO , 2014). Η ανάδειξη ολοένα και περισσότερων και νέων μορφών τουρισμού δημιουργεί με τη σειρά της μια ποικιλομορφία στη δομή της τουριστικής βιομηχανίας, η οποία αναπτύσσεται και διαφοροποιείται διαρκώς. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, οι υπηρεσίες διαμονής και ο ξενοδοχειακός κλάδος, ως κυρίαρχο κομμάτι της τουριστικής βιομηχανίας, καλούνται να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και τις προκλήσεις ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η αντιμετώπιση των προκλήσεων

αυτών αποτελεί παράγοντα καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξή τους, τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Οι προκλήσεις αυτές δύνανται να ενταχθούν σε τρεις βασικές κατηγορίες: α) στρατηγικές, β) οικονομικές και γ) λειτουργικές. Η πρώτη κατηγορία, που συνδέεται εν μέρει άμεσα και έμμεσα με τις δύο επόμενες, αφορά στη στρατηγική τοποθέτηση των ξενοδοχείων σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Η δεύτερη κατηγορία σχετίζεται με τις προκλήσεις που αφορούν στη βιωσιμότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, τη δυνατότητα πρόσβασής τους σε χρηματοδότηση και το ευρύτερο οικονομικό και φορολογικό πλαίσιο λειτουργίας τους. Η τρίτη είναι άμεσα συνυφασμένη με τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχειακών μονάδων ιδιαίτερα σε ότι αφορά τις υποδομές τους και τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Στρατηγικές προκλήσεις

Η πρώτη κατηγορία των προκλήσεων αφορά στη στρατηγική τοποθέτηση των ξενοδοχείων σε σχέση με τον ανταγωνισμό και στη βελτίωση της θέσης τους μέσω νέων αναδυόμενων επιχειρηματικών μοντέλων. Τα ξενοδοχεία καλούνται να αντιληφθούν τις σύγχρονες τάσεις του τουρισμού καθώς και την εξέλιξη του προφίλ του χρήστη των υπηρεσιών διαμονής (τουρίστα). Ειδικότερα, τα τελευταία έτη παρατηρείται μια διαφοροποίηση των προτιμήσεων του κοινού των ξενοδοχείων, καθώς και των απαιτήσεών τους σχετικά με τις υπηρεσίες διαμονής, τον τρόπο προσέγγισής τους και την έρευνα αγοράς που διενεργούν για την επιλογή καταλύματος.

Η διαφοροποίηση των προτιμήσεων πηγάζει βασικά από τη γενιά των Millennials, γνωστή ως «Generation Y» (γεννημένοι τη δεκαετία του 1980 και αρχές του 1990), η οποία έχει μεγαλώσει σε ένα διαρκώς αναπτυσσόμενο ψηφιακό περιβάλλον και αναμένεται να αποτελέσει το 50% των συνολικών τουριστών μέχρι το 2025 (Horwarth HTL, 2015). Η εν λόγω γενιά, επηρεασμένη από τις τεχνολογικές εξελίξεις, τείνει να χρησιμοποιεί όλο και περισσότερο ψηφιακές και διαδικτυακές υπηρεσίες σε δραστηριότητες όπως στην ανεύρεση μέσου μετακίνησης, ψυχαγωγίας και διαμονής. Πλέον, και λόγω του εύρους της διαθέσιμης ψηφιακής πληροφόρησης, οι εν δυνάμει αυτοί επισκέπτες έχουν όλο και περισσότερες επιλογές και τείνουν να αναζητούν εξατομικευμένες εμπειρίες με τη βέλτιστη σχέση ποιότητας τιμής. Συνεπώς, στην εν λόγω πληθυσμιακή ομάδα, η κοινή συνιστώσα της ηλικίας σχεδόν εξαλείφεται, αφήνοντας στη θέση της μία ποικιλομορφία απαιτήσεων για εξατομικευμένες και άρα διαφοροποιημένες επιλογές.

Όσον αφορά τον τομέα της προσέγγισης πελατών, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με την πρόκληση της επένδυσης σε νέες εφαρμογές κρατήσεων και σε καινοτόμες τακτικές προώθησης των προϊόντων τους. Η πρόκληση για τα ξενοδοχεία συνίσταται στην ανάπτυξη εφαρμογών ηλεκτρονικών κρατήσεων που ξεπερνούν κατά πολύ τα όρια των υφιστάμενων τυπικών επιλογών που παρέχουν σήμερα οι κλασικές εφαρμογές ηλεκτρονικών κρατήσεων. Τα ξενοδοχεία καλούνται να

αναπτύξουν ένα νέο μοντέλο προσέγγισης και ένα σύγχρονο δίαυλο επικοινωνίας των καινοτόμων υπηρεσιών και παροχών τους. Η ανάπτυξη εξειδικευμένων προϊόντων, όπως η παροχή δυνατότητας επιλογής μεταξύ των διαθέσιμων δωματίων βάσει ειδικών χαρακτηριστικών ή η δυνατότητα εξ αποστάσεως διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών τους πριν την άφιξη στο δωμάτιο, δύναται να προσδώσει συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τομέα των κρατήσεων και της προσέλκυσης πελατών.

Ως εκ τούτου τα ξενοδοχεία καλούνται να λάβουν σοβαρά υπόψη τους την πρόκληση της αναπτυσσόμενης και αυξανόμενης δυναμικής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ως μέσω επικοινωνίας με δυνητικούς πελάτες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξυπηρετούν διττό σκοπό για τα ξενοδοχεία. Αποτελούν μέσο προώθησης και προβολής των ξενοδοχείων και συγχρόνως είναι ένας μηχανισμός (εκ των προτέρων) αναγνώρισης και κατανόησης των αναγκών των πελατών. Ουσιαστικά τα ξενοδοχεία έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν καλύτερη αντίληψη για τις επιθυμίες των πελατών τους και τις ισχύουσες αντιλήψεις σχετικά με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και να ανταποκρίνονται με τον βέλτιστο τρόπο στις ανάγκες της διαφοροποιημένης πελατειακής βάσης. Από την άλλη πλευρά, τα ξενοδοχεία έχουν τη δυνατότητα να εντοπίσουν και να αντιμετωπίσουν ενδεχόμενη δυσφήμιση μέσα από τον εντοπισμό και τη διαχείριση τυχόν δυσμενών σχολίων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Talwar, 2012).

Άμεσα συνδεδεμένη με την ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι η οικονομία διαμοιρασμού, που την τελευταία πενταετία έχει αναπτυχθεί ραγδαία, προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στις αγορές όπου παρουσιάζεται, συμπεριλαμβανομένης της αγοράς διαμονής. Η ανάπτυξή της στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στα κοινωνικά δίκτυα και στις δυνατότητες που παρέχει το δυναμικό ψηφιακό και διαδικτυακό περιβάλλον. Παρά το γεγονός ότι η οικονομία διαμοιρασμού στη διαμονή ξεκίνησε ως ένας «μηχανισμός» πρόσβασης και γνωριμίας των επισκεπτών με τον τρόπο διαβίωσης των κατοίκων του τόπου προορισμού και την παροχή εξατομικευμένων εμπειριών, σήμερα έχει πλέον μεταβληθεί σε πολλές χώρες σε μια άμεσα ανταγωνιστική βιομηχανία του ξενοδοχειακού κλάδου. Ως εκ τούτου υποστηρίζεται έντονα πλέον, ότι μια από τις σημαντικότερες στρατηγικές προκλήσεις που έχουν να αντιμετωπίσουν σήμερα τα ξενοδοχεία είναι η «συνύπαρξη» με τις τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρει η οικονομία διαμοιρασμού (Yaraghi & Ravi, 2017). Σε κάθε περίπτωση, ο τρόπος αντιμετώπισης των στρατηγικών προκλήσεων καθορίζει εν τέλει τη θέση των ξενοδοχείων και του προϊόντος διαμονής που προσφέρουν, τόσο σε τοπικό και εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο.

Οικονομικές προκλήσεις

Οι επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου αντιμετωπίζουν σειρά από οικονομικές προκλήσεις που πηγάζουν τόσο από το περιβάλλον λειτουργίας όσο και από την εσωτερική τους (χρηματοοικονομική) δομή. Το περιβάλλον λειτουργίας των ξενοδοχείων αφορά καταρχάς το κανονιστικό και ρυθμιστικό πλαίσιο και κυρίως το

φορολογικό καθεστώς στο οποίο υπάγονται. Τα ξενοδοχεία καλούνται να συμμορφώνονται με ένα ιδιαίτερα απαιτητικό ρυθμιστικό πλαίσιο λειτουργίας και να τηρούν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις βάσει του εκάστοτε νομοθετικού πλαισίου. Σε πολλές χώρες, ωστόσο, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, το φοροδοτικό πλαίσιο μεταβάλλεται εντόνως, με αποτέλεσμα τα ξενοδοχεία να καλούνται να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις επιπροσθέτων φορολογικών επιβαρύνσεων. Ως εκ τούτου καλούνται να διασφαλίζουν αυξανόμενα επίπεδα ρευστότητας μέσω του επαναπροσδιορισμού της τιμολογιακής τους πολιτικής, του κόστους των υπηρεσιών τους και της διαχείρισης των απαιτήσεών τους, ώστε να είναι σε θέση να ανταπεξέρχονται στο σύνολο των οικονομικών τους υποχρεώσεων.

Η εσωτερική χρηματοοικονομική δομή των ξενοδοχείων δημιουργεί με τη σειρά της οικονομικές προκλήσεις που οφείλονται κυρίως σε δύο βασικές συνθήκες: πρώτον τα περιορισμένα ποσοστά καθαρού κέρδους που παρατηρούνται γενικότερα στον κλάδο και δεύτερον την αυξημένη μόχλευση. Ειδικότερα, ο ξενοδοχειακός κλάδος συνιστά έναν από τους πλέον ανταγωνιστικούς παγκοσμίως, με έναν διαρκώς αυξανόμενο αριθμό εμπλεκομένων (ειδικά ξενοδοχειακών μονάδων), γεγονός που συμπιέζει τις τιμές και συρρικνώνει ιδιαίτερα τα περιθώρια κέρδους. Συγχρόνως, λόγω της φύσης του, το ξενοδοχείο απαιτεί υψηλές κεφαλαιακές δαπάνες και ως εκ τούτου αυξημένη ανάγκη χρηματοδότησης από τρίτες (τραπεζικές) πηγές, προκαλώντας αυξημένη μόχλευση στον κλάδο. Σε ένα όμως δύσκαμπτο χρηματοπιστωτικό πλαίσιο, που συνήθως εμφανίζεται σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η πρόσβαση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια περιορίζεται με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σημαντικά προβλήματα όχι μόνο σε επίπεδο ρευστότητας, αλλά και στην υλοποίηση επενδύσεων, απαραίτητων για τη διατήρηση και προσέλκυση πελατών (OECD, 2016).

Λειτουργικές προκλήσεις

Η τρίτη και τελευταία κατηγορία προκλήσεων που αντιμετωπίζουν τα ξενοδοχεία είναι οι λειτουργικές. Οι λειτουργικές προκλήσεις είναι αποτέλεσμα της υφιστάμενης οργανωτικής δομής των ξενοδοχείων, των μεταβαλλόμενων αναγκών και απαιτήσεων των πελατών, καθώς και των τεχνολογικών εξελίξεων. Τα ξενοδοχεία καλούνται καταρχάς σε τακτά χρονικά διαστήματα να υλοποιούν επενδύσεις βελτίωσης ή αντικατάστασης του βασικού πάγιου εξοπλισμού τους, προκειμένου να μην επηρεάζεται η ποιοτική λειτουργία τους. Οι επενδύσεις αυτές καλούνται συγχρόνως να υπηρετούν και τις μεταβαλλόμενες ανάγκες και αυξημένες απαιτήσεις των πελατών για λειτουργική και ποιοτική αναβάθμιση εγκαταστάσεων και υπηρεσιών. Ωστόσο, σε συνθήκες περιορισμένης πρόσβασης σε χρηματοδότηση, καθίσταται δυσχερές για τα ξενοδοχεία να υλοποιήσουν τις απαιτούμενες επενδύσεις για τη βελτίωση ή διατήρηση της ποιότητας των υπηρεσιών τους, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται κίνδυνοι υποβάθμισης της λειτουργικής αποτελεσματικότητάς τους. Τα ξενοδοχεία, ειδικά τα μεσαίας και χαμηλής κατηγορίας, καλούνται να προβούν σε μια ολοκληρωμένη αναβάθμιση του προϊόντος τους, προκειμένου όχι μόνο να προσελκύσουν νέους

πελάτες αλλά και να διατηρήσουν το υφιστάμενο πελατολόγιό τους. Συγχρόνως, χρειάζεται να διαθέτουν πλέον και το προσωπικό εκείνο που θα είναι σε θέση να ανταπεξέλθει στις νέες ανάγκες των επισκεπτών αλλά και να ενισχύσει την εμπορική ταυτότητα του κάθε ξενοδοχείου.

Πέραν όμως της ανάγκης αντιμετώπισης των προκλήσεων διατήρησης και αναβάθμισης της λειτουργικής δομής, καθώς και της ανταπόκρισης στις μεταβαλλόμενες ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών, τα ξενοδοχεία καλούνται να ανταποκριθούν στις αλλαγές που προκαλούν οι τεχνολογικές εξελίξεις. Ειδικότερα, η τεχνολογική ανάπτυξη έχει δώσει πλέον τη δυνατότητα δημιουργίας εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής μέσω της χρήσης νέων ψηφιακών εφαρμογών στις υποδομές και στα δωμάτια των ξενοδοχείων. Η ενσωμάτωση αυτή δύναται να αφορά στο σύνολο των παρεχόμενων υπηρεσιών, από τη χρήση νέων τεχνολογιών για την προώθηση και προσέλκυση δυνητικών πελατών των ξενοδοχείων, την ενσωμάτωση τεχνολογιών και ψηφιακών εφαρμογών στις υποδομές υποδοχής και δωματίων, μέχρι και τη δημιουργία εφαρμογών για την πληροφόρηση και ψυχαγωγία των επισκεπτών. Η πραγματική πρόκληση στο επίπεδο αυτό είναι η δυνατότητα του κάθε ξενοδοχείου να ενσωματώσει στη λειτουργία του και στις δομές του, τις εφαρμογές σύγχρονης ψηφιακής τεχνολογίας με ρυθμό αντίστοιχο αυτού των ψηφιακών εξελίξεων αλλά και του ανταγωνισμού.

Έχοντας αποτυπώσει τις κύριες προκλήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου, επόμενο βήμα είναι να εξεταστεί ο βαθμός συμβολής του στην οικονομία, προκειμένου στη συνέχεια να γίνει μια τελική αξιολόγηση της θέσης του στη διεθνή ανταγωνιστικότητα.

1.2 Άμεση και έμμεση συμβολή ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία της χώρας

Η διερεύνηση της συμβολής του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία της χώρας απαιτεί αρχικά τον εντοπισμό των βασικών μεγεθών του τουρισμού, γενικά και, των ξενοδοχείων ειδικότερα. Στη συνέχεια παρατίθεται η σχετική συμβολή του τουρισμού στην οικονομία και μέσω κατάλληλων υπολογισμών εκτιμάται το μέρος της συμβολής που αντιστοιχεί στα ξενοδοχεία.

Βασικά μεγέθη τουρισμού και ξενοδοχειακού κλάδου

Η Ελλάδα αποτελεί σημείο διεθνούς τουριστικού ενδιαφέροντος, τόσο για λόγους αναψυχής, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες, όσο και για τον πολιτιστικό και ιστορικό πλούτο που τη χαρακτηρίζει. Η πρώτη ομάδα δεικτών, που αντικατοπτρίζει τη δυναμική του τουριστικού κλάδου, είναι η κίνηση του εισερχόμενου τουρισμού. Την τελευταία πενταετία (2012-2016) η Ελλάδα προσέλκυσε κατά μέσο όρο πάνω από 23 εκ. επισκέπτες ετησίως, ενώ το 2016 ξεπέρασε τα 28 εκ. με τάσεις περαιτέρω ενίσχυσης το 2017. Η αύξηση αυτή των αφίξεων από το εξωτερικό επέτρεψε την ενίσχυση του συνόλου των τουριστικών εισπράξεων, ενώ συνακόλουθη αύξηση κατέγραψαν και οι

διανυκτερεύσεις. Ωστόσο, διαφορετική εικόνα υπάρχει στους επιμέρους δείκτες της δαπάνης ανά διανυκτέρευση και της μέσης διάρκειας παραμονής. Διαχρονικά οι δύο κατηγορίες δεικτών παρουσιάζουν πτώση, γεγονός που συνδέεται με το είδος των τουριστών που προσελκύει η χώρα αλλά και με τη γενικότερη μεταβολή των προτιμήσεων των καταναλωτών. Αυτή η εξέλιξη άλλωστε εξηγεί και το γεγονός ότι παρά τη μέση ετήσια αύξηση των αφίξεων στη χώρα κατά 13,45%, οι εισπράξεις αυξήθηκαν με ρυθμό 6,05%, δηλαδή 50% μικρότερο.

Πίνακας 1: Βασικά τουριστικά μεγέθη τουρισμού στην Ελλάδα

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------------------------|
| Αφίξεις (σε χιλ. επισκέπτες) | 16.946,54 | 20.111,41 | 24.272,39 | 26.114,23 | 28.070,83 | 13,45% |
| Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.) | 154.932,11 | 175.925,27 | 199.977,17 | 206.213,26 | 202.427,23 | 6,91% |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις (σε εκατ. €) | 10.442,47 | 12.152,22 | 13.393,01 | 14.125,81 | 13.206,78 | 6,05% |
| Δαπάνη ανά διανυκτέρευση (σε €) | 73,32 | 74,59 | 71,65 | 75,1 | 68,28 | --1,77% |
| Μέση διάρκεια παραμονής (σε ημέρες) | 8,40 | 8,10 | 7,70 | 7,20 | 6,89 | -4.84% |

Πηγή: Δεδομένα από (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017) και (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017).

Η δεύτερη ομάδα δεικτών που φανερώνει την τουριστική δυναμική μιας χώρας είναι οι διαθέσιμες υποδομές, δηλαδή οι υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες. Οι ξενοδοχειακές μονάδες διαχωρίζονται ως προς την κατάταξή τους σε κατηγορία αστέρων (1* έως 5*) και ως προς τον τύπο τους, αν πρόκειται δηλαδή για ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων, για ξενοδοχεία κλασικού τύπου ή για παραδοσιακά ξενοδοχεία, όπως προσδιορίζεται από το ισχύον θεσμικό πλαίσιο (βλ. ΠΔ 43-7/3/2002 και Υπ. Απ. 216-9/1/2015). Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία, η Ελλάδα διαθέτει συνολικά 9.730 ξενοδοχειακές μονάδες. Από αυτές ο κυρίαρχος τύπος είναι τα ξενοδοχεία κλασικού τύπου, τα ξενοδοχεία κατηγορίας 2* και 3* σε επίπεδο μονάδων, ή κατηγορίας 2* και 4* σε επίπεδο κλινών. Ένα ακόμα στοιχείο που προκύπτει, είναι η μέση δυναμική που υπάρχει στο κάθε ξενοδοχείο, που δεν ξεπερνά τα 42 δωμάτια.

Πίνακας 2: Ξενοδοχειακή υποδομή στην Ελλάδα (έτος αναφοράς: 2016)

| Τύπος | | 1* | 2* | 3* | 4* | 5* | Γενικό άθροισμα |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------------|
| Ξενοδοχεία κλασικού τύπου | Μονάδες | 944 | 2.597 | 1.640 | 826 | 362 | 6.369 |
| | Δωμάτια | 16.584 | 76.200 | 77.181 | 89.220 | 60.207 | 319.392 |
| | Κλίνες | 32.481 | 147.059 | 151.064 | 174.857 | 123.041 | 628.502 |
| Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων | Μονάδες | 464 | 1.374 | 589 | 279 | 40 | 2.746 |
| | Δωμάτια | 10.613 | 35.274 | 16.727 | 12.144 | 6.497 | 81.255 |
| | Κλίνες | 19.534 | 62.628 | 30.033 | 21.393 | 12.704 | 146.292 |
| Παραδοσιακά ξενοδοχεία | Μονάδες | 4 | 19 | 243 | 307 | 42 | 615 |
| | Δωμάτια | 105 | 368 | 2.125 | 3.198 | 703 | 6.499 |
| | Κλίνες | 200 | 678 | 4.463 | 6.953 | 1.465 | 13.759 |
| Σύνολο | Μονάδες | 1.412 | 3.990 | 2.472 | 1.412 | 444 | 9.730 |
| | Δωμάτια | 27.302 | 111.842 | 96.033 | 104.562 | 67.407 | 407.146 |

| | Κλίνες | 52.215 | 210.365 | 185.560 | 203.203 | 137.210 | 788.553 |
|----------------------------------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Μέση δυναμικότητα ανά ξενοδοχείο | Δωμάτια | 19,34 | 28,03 | 38,85 | 74,05 | 151,82 | 41,84 |
| | Κλίνες | 36,98 | 52,72 | 75,06 | 143,91 | 309,03 | 81,04 |

Πηγή: (ΙΤΕΠ, 2017).

Ως προς τη γεωγραφική κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού, να σημειωθεί πως οι μεγαλύτερες μονάδες βρίσκονται στην Κρήτη και τα Ιόνια Νησιά, με μέσο όρο δωματίων τα 57,3 και 51,5 αντίστοιχα, ενώ οι μικρότερες στην Ήπειρο και τη Δυτική Μακεδονία (20,6 και 23,1 δωμάτια αντίστοιχα). Τέλος τα περισσότερα ξενοδοχεία 5* βρίσκονται στις περιφέρειες Αττικής και Κρήτης (ΙΤΕΠ, 2017). Έχοντας αποτυπώσει την τουριστική κίνηση και τη ξενοδοχειακή υποδομή, είναι δυνατό να εξεταστεί η συμβολή του τουρισμού και κυρίως των ξενοδοχείων στην οικονομία της χώρας.

Συμβολή στην οικονομία

Η εξέταση της συμβολής του ξενοδοχειακού κλάδου απαιτεί καταρχάς την αποτύπωση της συμβολής που φέρει το σύνολο του τουρισμού. Η συμβολή του στην οικονομία διαχωρίζεται σε άμεση, έμμεση και επαγόμενη. Η άμεση συμβολή προκύπτει από τις δαπάνες επισκεπτών για υπηρεσίες διαμονής, μεταφοράς, σίτισης και ψυχαγωγίας. Η έμμεση συμβολή περιλαμβάνει δαπάνες προώθησης και οργάνωσης, δημόσια έργα υποδομών και συντήρησης, τουριστικές επενδυτικές δαπάνες καθώς και δαπάνες που σχετίζονται με την αγορά πρώτων υλών και υπηρεσιών. Η επαγόμενη συμβολή είναι αποτέλεσμα των δημιουργούμενων δαπανών στην ευρύτερη οικονομία, όπως σε ένδυση και υπόδηση, τρόφιμα, ψυχαγωγία, κλπ, που προκύπτουν από το οικογενειακό εισόδημα των εργαζομένων σε τουριστικές επιχειρήσεις. Όπως προκύπτει από τα σχετικά δεδομένα, η συμβολή του τουρισμού στη χώρα κατά την περίοδο 2013-2017 αυξάνεται, με εξαίρεση μόνο το 2016, όπου λόγω της πτώσης των δαπανών αλλοδαπών υπήρξε μικρή πτώση της τελικής συμβολής στο ΑΕΠ.

Πίνακας 3: Άμεση, έμμεση και επαγόμενη συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία (σε δισ. €)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Άμεση συμβολή | | | | | |
| 1. Σύνολο τουριστικών δαπανών (αλλοδαπών και ημεδαπών) | 23,30 | 24,50 | 24,90 | 24,00 | 25,70 |
| 2. Αγορές παρόχων τουριστικών υπηρεσιών συμπεριλαμβανομένων εισαγωγών | -11,10 | -11,40 | -11,30 | -10,80 | -11,50 |
| 3. Άμεση συμβολή στο ΑΕΠ (= 3 + 4) | 12,20 | 13,10 | 13,60 | 13,20 | 14,20 |
| Έμμεση και επαγόμενη συμβολή | | | | | |
| 4. Εγχώρια αλυσίδα εφοδιασμού | 7,70 | 8,30 | 8,60 | 8,40 | 9,10 |
| 5. Επενδύσεις | 2,80 | 2,70 | 2,90 | 3,20 | 3,40 |
| 6. Δημόσιες δαπάνες στον τουρισμό | 3,10 | 3,00 | 2,80 | 2,80 | 2,80 |
| 7. Εισαγωγές από έμμεσες δαπάνες | -1,40 | -1,30 | -1,30 | -1,40 | -1,40 |
| Σύνολο έμμεσης συμβολής | 12,20 | 12,70 | 13,00 | 13,00 | 13,90 |
| 8. Επαγόμενη συμβολή | 6,10 | 6,30 | 6,70 | 6,60 | 7,00 |
| 9. Συνολική συμβολή στο ΑΕΠ (= 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10) | 30,50 | 32,10 | 33,30 | 32,79 | 35,10 |
| 10. Συνολική συμβολή ως % του ΑΕΠ | 17,42 | 18,21 | 19,04 | 18,63 | 19,61 |

Πηγή: (World Travel & Tourism Council, 2017).

Πέραν της συμβολής στο ΑΕΠ, ο τουρισμός έχει αντίστοιχες (άμεσες, έμμεσες και επαγόμενες) επιδράσεις στην απασχόληση. Άμεσες είναι οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν για την εξυπηρέτηση αναγκών διαμονής, μεταφορών, σίτισης και ψυχαγωγίας, έμμεσες είναι οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από παρελκόμενες στον τουρισμό δραστηριότητες και επαγόμενες οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται από την κατανάλωση του εισοδήματος των απασχολούμενων στον τουρισμό. Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως η συμβολή του τουρισμού στο επίπεδο της απασχόλησης είναι τόσο υψηλή (αγγίζει το 25%) που ξεπερνά και την, επίσης πολύ υψηλή, συμβολή (ίση με ~20%) στο επίπεδο του ΑΕΠ. Σχεδόν 1 εκ. άτομα απασχολούνται πλέον σήμερα άμεσα ή έμμεσα σε τουριστικούς κλάδους.

Πίνακας 4: Άμεση, έμμεση και επαγόμενη συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση στην Ελλάδα

| (σε χιλ. απασχολούμενους) | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Άμεση συμβολή | 382,75 | 406,26 | 426,86 | 422,92 | 447,92 |
| Έμμεση συμβολή | 241,15 | 251,18 | 270,71 | 272,92 | 291,27 |
| Επαγόμενη συμβολή | 145,31 | 151,35 | 163,12 | 164,45 | 175,51 |
| Συνολική συμβολή | 769,20 | 808,80 | 860,70 | 860,30 | 914,70 |
| Συνολική συμβολή σε % | 21,93 | 22,92 | 23,92 | 23,40 | 24,62 |

Πηγή: (World Travel & Tourism Council, 2017).

Έχοντας πλέον αποτυπώσει τη συμβολή του τουρισμού σε επίπεδο ΑΕΠ και απασχόλησης, έχει ιδιαίτερη σημασία να διερευνηθεί το μέρος εκείνο της συμβολής που είναι αποτέλεσμα του κλάδου διαμονής και κυρίως των ξενοδοχείων. Όπως έχει αναφερθεί, οι υπηρεσίες διαμονής και δη τα ξενοδοχεία αποτελούν ένα βασικό κομμάτι του τουριστικού κλάδου. Η εξυπηρέτηση των αφίξεων σε κάθε χώρα προαπαιτεί την ύπαρξη υπηρεσιών διαμονής, καθώς, δεδομένης της ανάγκης για παραμονή στη χώρα προορισμού, χωρίς τις εν λόγω υπηρεσίες δεν θα υπήρχε ουσιαστικά τουριστικό προϊόν και ως εκ τούτου δεν θα δημιουργούνταν τα οικονομικά οφέλη στους λοιπούς κλάδους. Προκειμένου τώρα να υπολογιστεί η συμβολή του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία της χώρας χρειάζεται καταρχάς να εκτιμηθεί το μέγεθος του κύκλου εργασιών των ξενοδοχείων. Με βάση τον κύκλο εργασιών και μέσα από τη χρήση κατάλληλων πολλαπλασιαστών θα εκτιμηθεί η άμεση, η έμμεση και η επαγόμενη συμβολή, τόσο σε επίπεδο ΑΕΠ όσο και σε επίπεδο απασχόλησης.

Η εκτίμηση του συνόλου του κύκλου εργασιών των ξενοδοχείων της χώρας θα προκύψει μέσα από τον εντοπισμό συγκεκριμένων βασικών μεγεθών του κλάδου: της δυναμικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων, των δεικτών πληρότητας και του μέσου εσόδου ανά δωμάτιο για κάθε κατηγορία ξενοδοχείου. Αρχικά εντοπίστηκε η υφιστάμενη δυναμικότητα των δωματίων των ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων καθώς και η μέση ετήσια πληρότητά τους. Στη συνέχεια και με βάση την εποχική λειτουργία, εκτιμήθηκε ο μέσος ετήσιος αριθμός ημερών λειτουργίας της κάθε κατηγορίας ξενοδοχείων. Λαμβάνοντας υπόψη τα μεγέθη αυτά (δυναμικότητα, πληρότητα και εποχικότητα) καθώς και το μέσο αντίστοιχο έσοδο ανά δωμάτιο, υπολογίζονται τα συνολικά έσοδα ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων.

Πίνακας 5: Υπολογισμός εσόδων ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων (έτος αναφοράς: 2016)

| Κατηγορία | Αριθμός δωματίων | Μέση Πληρότητα (%) | Ημέρες λειτουργίας ανά έτος | Μέσο έσοδο ανά δωμάτιο (σε €) | Συνολικά έσοδα (σε €) |
|---------------|------------------|--------------------|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 5* | 67.407 | 78,47 | 273 | 169,46 | 2.445.340.987 |
| 4* | 104.562 | 75,03 | 277 | 98,44 | 2.142.189.802 |
| 3* | 96.033 | 66,53 | 282 | 65,79 | 1.183.659.262 |
| 2* | 111.842 | 61,13 | 257 | 55,64 | 976.100.716 |
| 1* | 27.302 | 56,73 | 256 | 42,64 | 169.321.734 |
| Σύνολα | 407.146 | | | | 6.916.612.501 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (ΙΤΕΠ, 2017)

Από τα ανωτέρω στοιχεία προκύπτει πως τα συνολικά έσοδα των ξενοδοχείων το 2016 ανέρχονται σε € 6,92 δισ. (Πίνακας 5). Επίσης, προκύπτει ότι τα καταλύματα κατηγορίας 5* και 4* αστέρων συνεισφέρουν το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγόμενων εσόδων. Δηλαδή, παρότι αποτελούν το 42,23% του αριθμού ξενοδοχείων, αποδίδουν το 66,33% των συνολικών εσόδων, γεγονός που οφείλεται στην αυξημένη πληρότητα και στην υψηλότερη τιμή δωματίου.

Έχοντας ως βάση το συνολικό αυτό κύκλο εργασιών των ξενοδοχείων, είναι δυνατό να εκτιμηθεί η συμβολή τους στην οικονομία και στην απασχόληση. Ειδικότερα, η λειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων δημιουργεί, αντίστοιχα όπως και ο τουρισμός, άμεσα, έμμεσα και επαγόμενα οφέλη. Σύμφωνα με σχετικές έρευνες, ο πολλαπλασιαστής των άμεσων επιδράσεων του κλάδου ανέρχεται σε 1,34, των έμμεσων σε 0,22 και των επαγόμενων σε 0,95 (ΚΕΠΕ, 2015). Με χρήση επομένως των ανωτέρω πολλαπλασιαστών επί του κύκλου εργασιών θα προκύψει το ύψος της άμεσης, έμμεσης και επαγόμενης συμβολής καθώς και της συνολικής συμβολής στην ελληνική οικονομία. Οι σχετικές εκτιμήσεις δείχνουν πως η συνολική συμβολή των ξενοδοχείων στην ελληνική οικονομία ανέρχεται σε € 17,36 δισ.. Ουσιαστικά τα ξενοδοχεία αντιπροσωπεύουν πάνω από το 52% της συμβολής που δημιουργεί ο τουρισμός συνολικά στην οικονομία, αποτελώντας το 9,87% του ΑΕΠ για το 2016 (ίσο με € 175,89 δισ.).

Πίνακας 6: Άμεση, έμμεση και επαγόμενη συμβολή των ξενοδοχείων στην οικονομία σε € (έτος αναφοράς: 2016)

| Κατηγορία | Έσοδα ξενοδοχείων | Άμεση συμβολή | Έμμεση συμβολή | Επαγόμενη συμβολή | Συνολική συμβολή |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| 5 * | 2.445.340.987 | 3.276.756.923 | 537.975.017 | 2.323.073.938 | 6.137.805.877 |
| 4 * | 2.142.189.802 | 2.870.534.335 | 471.281.756 | 2.035.080.312 | 5.376.896.403 |
| 3 * | 1.183.659.262 | 1.586.103.411 | 260.405.038 | 1.124.476.299 | 2.970.984.748 |
| 2 * | 976.100.716 | 1.307.974.959 | 214.742.158 | 927.295.680 | 2.450.012.797 |
| 1 * | 169.321.734 | 226.891.124 | 37.250.781 | 160.855.647 | 424.997.552 |
| Σύνολα | 6.916.612.501 | 9.268.260.751 | 1.521.654.750 | 6.570.781.876 | 17.360.697.378 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (ΙΤΕΠ, 2017) και από (ΚΕΠΕ, 2015).

Όσον αφορά τώρα τη συμβολή των ξενοδοχείων στην απασχόληση, σημειώνεται καταρχάς ότι στα ξενοδοχεία της χώρας απασχολούνται 121 χιλ. εργαζόμενοι (ΙΤΕΠ,

2017). Σύμφωνα με σχετικές έρευνες, κάθε € 1 εκ. δαπάνη στα ξενοδοχεία δημιουργεί (εκτός ξενοδοχείων) 19 άμεσες θέσεις εργασίας, 3 έμμεσες και 10 επαγόμενες (ΚΕΠΕ, 2016). Λαμβάνοντας τα δεδομένα αυτά υπόψη καθώς και τα σχετικά έσοδα που δημιουργούνται στα ξενοδοχεία, είναι δυνατό να υπολογιστεί η συμβολή στην απασχόληση σε άμεσο, έμμεσο και επαγόμενο επίπεδο. Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως χάρη στα ξενοδοχεία της χώρας, βρίσκουν απασχόληση πάνω από 236 χιλ. άτομα, μέγεθος που αντιστοιχεί στο 27,4% του συνόλου της απασχόλησης στον τουρισμό. Δεδομένου του συνολικού μεγέθους απασχολούμενων στη χώρα (ίσο με 3,64 εκ. άτομα), προκύπτει πως τα ξενοδοχεία συνεισφέρουν στο 6,48% της απασχόλησης, μέγεθος ιδιαίτερα υψηλό για έναν και μόνο (υπό) κλάδο μιας οικονομίας.

Πίνακας 7: Άμεση, έμμεση και επαγόμενη συμβολή των ξενοδοχείων στην απασχόληση στην Ελλάδα (έτος αναφοράς: 2016)

| Κατηγορία εσόδων | Έσοδα | Αριθμός προσωπικού |
|--|-----------------------|--------------------|
| Έσοδα ξενοδοχείων | 6.916.612.501 | 121.189 |
| Άμεση συμβολή (πέραν των εργαζομένων στα ξενοδοχεία) | 2.351.648.250 | 44.681 |
| Έμμεση συμβολή | 1.521.654.750 | 4.565 |
| Επαγόμενη συμβολή | 6.570.781.876 | 65.708 |
| Σύνολα | 17.360.697.378 | 236.143 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (ΚΕΠΕ, 2015) και (ΚΕΠΕ, 2016).

Συνοψίζοντας τη συμβολή του τουρισμού και των ξενοδοχείων σε επίπεδο οικονομίας, γίνεται φανερό πως τα ξενοδοχεία, παρά το γεγονός ότι αποτελούν έναν συγκεκριμένο (υπό) κλάδο της χώρας, συνεισφέρουν περίπου το 10% του ΑΕΠ και το 6,5% της απασχόλησης. Δεδομένου ότι στα μεγέθη του τουρισμού εμπεριέχονται και μια σειρά άλλων κλάδων (όπως π.χ. εστίαση, μεταφορές, ψυχαγωγία, κλπ), τα ξενοδοχεία αποτελούν από τις λίγες περιπτώσεις κλάδων με τόσο μεγάλη συνεισφορά στην οικονομία της χώρας. Ως εκ τούτου, οποιεσδήποτε αποφάσεις επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας τους χρειάζεται να εξετάζονται ενδελεχώς, ώστε να ελαχιστοποιούνται τυχόν αρνητικές επιδράσεις. Επιπρόσθετα κρίνεται απαραίτητο, σε επίπεδο θεσμικών φορέων, να υπάρχει κάθε δυνατή υποστήριξη, καθώς με τον τρόπο αυτό και δεδομένης της κρισιμότητας του κλάδου, ενισχύεται η σταθεροποίηση και ανάπτυξη του συνόλου της οικονομίας.

Πίνακας 8: Συμβολή τουρισμού και ξενοδοχείων στην οικονομία (έτος αναφοράς: 2016)

| Κατηγορία εσόδων | Τουρισμός | Ξενοδοχεία |
|--|-----------|------------|
| Συμβολή στο ΑΕΠ (σε δις. €) | 32,79 | 17,36 |
| Συμβολή στο ΑΕΠ (ως %) | 18,63 | 9,87 |
| Συμβολή στην απασχόληση (σε χιλ.) | 860,30 | 236,14 |
| Συμβολή στην απασχόληση του τουρισμού (ως %) | 23,40 | 6,48 |

Έχοντας αποτυπώσει πλέον τη συμβολή των ξενοδοχείων στην οικονομία, είναι δυνατό να διερευνηθεί η θέση τους στη διεθνή ανταγωνιστικότητα. Από τη στιγμή που ο τουρισμός και συνακόλουθα τα ξενοδοχεία, εκ φύσεως, έχουν έντονο διεθνή

προσανατολισμό, είναι ιδιαίτερα σκόπιμο να αντιπαρατεθεί το ελληνικό προϊόν διαμονής με αντίστοιχα άλλων ανταγωνιστριών χωρών.

1.3 Η θέση του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα

Η ανάπτυξη του τουρισμού είναι άμεσα συνυφασμένη με την αυξανόμενη κινητικότητα των ανθρώπων σε έναν αυξανόμενο αριθμό προορισμών. Το γεγονός αυτό έχει εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των τουριστικών προορισμών, ιδιαίτερα μεταξύ αυτών που διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά και βρίσκονται σε γειτνιάζουσες γεωγραφικές περιοχές. Σύμφωνα με το Διεθνές Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum), η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου (Travel Competitiveness Index) είναι δυνατό να μετρηθεί μέσα από σειρά παραγόντων και πολιτικών που επιτρέπουν την αειφόρο ανάπτυξη και συμβάλουν στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας (World Economic Forum, 2017). Στο τουριστικό προϊόν εντάσσεται προφανώς και το προϊόν διαμονής, που αφορά στην υποδοχή και διανυκτέρευση των επισκεπτών σε τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια). Η κάθε χώρα διαμορφώνει το δικό της προϊόν διαμονής μέσα από τις διαθέσιμες υποδομές και υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες.

Προκειμένου να αποτυπωθεί η θέση του ξενοδοχειακού προϊόντος της Ελλάδας στο διεθνές τουριστικό στερέωμα χρειάζεται καταρχάς να προσδιοριστούν τα «μέτρα σύγκρισης», οι χώρες δηλαδή με τις οποίες θα γίνει η σχετική αντιπαραβολή. Στη συνέχεια, μέσα από τη χρήση κατάλληλων μεγεθών, θα υπολογιστεί το μερίδιο αγοράς, ώστε να αξιολογηθεί εν τέλει η διεθνής θέση του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος.

Το ξενοδοχειακό προϊόν της Ελλάδας και ο διεθνής ανταγωνισμός

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για ταξίδια αναψυχής, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Ως εκ τούτου, η συγκριτική ανάλυση των κύριων μεγεθών του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος θα προκύψει μέσα από τον προσδιορισμό των ανταγωνιστριών χωρών, που ως εναλλακτικοί προορισμοί προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες και βρίσκονται σε κοντινή γεωγραφική ζώνη. Αυτό θα επιτευχθεί μέσα από δύο στάδια: αρχικά μέσω της εύρεσης των κυριότερων χωρών προέλευσης των αλλοδαπών τουριστών σε επίπεδο διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα και στη συνέχεια μέσα από την εύρεση των εναλλακτικών προορισμών των κατοίκων των χωρών αυτών. Οι πρώτες πέντε χώρες προέλευσης των επισκεπτών στην Ελλάδα, βάσει των διανυκτερεύσεων για το 2016, είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία, η Γαλλία και οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Το σύνολο των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών από αυτές τις χώρες αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 50% του συνόλου των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Ελλάδα (Πίνακας 9).

Πίνακας 9: Διανυκτερεύσεις εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης (σε χιλιάδες)

| Χώρα προέλευσης | Αριθμός διανυκτερεύσεων | | | Ποσοστιαία κατανομή (%) | | |
|------------------|-------------------------|----------------|----------------|-------------------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Γερμανία | 30.302 | 31.366 | 32.989 | 16,40 | 16,95 | 17,33 |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 20.448 | 23.773 | 26.583 | 11,07 | 12,85 | 13,96 |
| Ιταλία | 10.248 | 11.966 | 11.598 | 5,55 | 6,47 | 6,09 |
| Γαλλία | 14.501 | 14.411 | 11.573 | 7,85 | 7,79 | 6,08 |
| ΗΠΑ | 6.816 | 8.560 | 8.178 | 3,69 | 4,63 | 4,30 |
| Ολλανδία | 6.853 | 6.727 | 7.430 | 3,71 | 3,64 | 3,90 |
| Ρουμανία | 3.890 | 4.133 | 6.835 | 2,11 | 2,23 | 3,59 |
| Κύπρος | 4.973 | 4.998 | 6.379 | 2,69 | 2,70 | 3,35 |
| Ρωσία | 13.119 | 5.466 | 6.049 | 7,10 | 2,95 | 3,18 |
| Λοιπές Χώρες | 73.638 | 73.628 | 72.789 | 39,83 | 39,79 | 38,22 |
| Σύνολα | 184.788 | 185.028 | 190.403 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Πηγή: (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017).

Σε δεύτερο στάδιο και λαμβάνοντας υπόψη τα τουριστικά δεδομένα των χωρών αυτών ως προς τις διανυκτερεύσεις, γίνεται εντοπισμός των κυρίων εναλλακτικών τουριστικών προορισμών (πέραν της Ελλάδας) που επιλέγουν οι εν λόγω κάτοικοι. Στο πλαίσιο αυτό εντοπίστηκαν οι πέντε πρώτοι τουριστικοί προορισμοί που επιλέγουν οι κάτοικοί της κάθε χώρας βάσει στοιχείων του εξερχόμενου τουρισμού τους (Πίνακας 10).

Πίνακας 10: Εξερχόμενος τουρισμός Γερμανίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Ιταλίας, Γαλλίας και ΗΠΑ

| Χώρες | Κατάταξη Προορισμού | | | | |
|------------------|---------------------|---------|------------------|-----------------------|------------------|
| | 1η | 2η | 3η | 4η | 5η |
| Γερμανία | Ισπανία | Ιταλία | Τουρκία | Αυστρία | Κροατία |
| Ηνωμένο Βασίλειο | Ισπανία | Ιταλία | Βέλγιο | Ηνωμένο Βασίλειο | Γερμανία |
| Ιταλία | Γαλλία | Ισπανία | Γερμανία | Ελβετία | Ηνωμένο Βασίλειο |
| Γαλλία | Ισπανία | Ιταλία | Βέλγιο | Ηνωμένο Βασίλειο | Γερμανία |
| ΗΠΑ | Μεξικό | Καναδάς | Ηνωμένο Βασίλειο | Δομινικανή Δημοκρατία | Γαλλία |

Πηγή: (OECD, 2016) και (FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, 2016).

Στη συνέχεια από το σύνολο αυτό των προορισμών αναζητούνται εκείνοι που διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά με το ελληνικό τουριστικό προϊόν και δύναται να θεωρηθούν ως ανταγωνιστές της Ελλάδας. Με τον τρόπο αυτό αποκλείονται από την ανάλυση ως εναλλακτικοί προορισμοί το Βέλγιο, η Αυστρία, η Ελβετία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία στην Ευρώπη, λόγω διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος, καθώς και το Μεξικό, ο Καναδάς και η Δομινικανή Δημοκρατία, κυρίως λόγω της γεωγραφικής τους θέσης. Ως εκ τούτου, προκύπτει πως οι επικρατέστεροι εναλλακτικοί τουριστικοί προορισμοί έναντι της Ελλάδας είναι: η Ισπανία η Κροατία,, η Ιταλία, η Τουρκία και η Γαλλία. Κύριο χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος των χωρών αυτών είναι η σημαντική οικονομική συνεισφορά του στο ΑΕΠ και στη συνολική απασχόληση (ως %) της κάθε χώρας (Πίνακας 11). Η Ισπανία, η Ιταλία και η Γαλλία αποτελούν ιδιαίτερα δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, έχουν μεγάλη δυναμική

στην παραγωγή τουριστικών εσόδων, προσελκύοντας επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Στην Κροατία, αν και σε απόλυτα μεγέθη τα τουριστικά έσοδα είναι περιορισμένα, υπάρχει η μεγαλύτερη συνεισφορά του τουρισμού ως ποσοστό στο ΑΕΠ της χώρας, προφανώς λόγω μεγέθους της οικονομίας. Στην Τουρκία από την άλλη πλευρά, αν και τα απόλυτα μεγέθη λόγω δυναμικής της οικονομίας είναι υψηλά, η ποσοστιαία συμβολή του τουρισμού είναι συγκριτικά μικρότερη. Εξετάζοντας τώρα και τα σχετικά μεγέθη της Ελλάδας, να σημειωθεί καταρχάς ότι η υψηλή συνολική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας οφείλεται τόσο στην αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό όσο και στη μείωση πολλών άλλων κλάδων, που οδήγησαν άλλωστε και στη σωρευτική συρρίκνωση του ΑΕΠ κατά 24,8% την τελευταία εξαετία. Εκείνο ωστόσο που έχει ιδιαίτερη σημασία είναι η πολύ μεγάλη συμβολή του κλάδου σε επίπεδο απασχόλησης, όπου η ποσοστιαία συμβολή του είναι και η υψηλότερη μεταξύ όλων των χωρών που εξετάζονται.

Πίνακας 11: Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού και των κυριότερων ανταγωνιστών (έτος αναφοράς: 2016)

| Μεγέθη | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|---|--------|----------|---------|----------|----------|----------|
| Έσοδα από τουρισμό – άμεσα (σε δισ. €) | 13,20 | 57,12 | 4,91 | 77,30 | 26,30 | 80,69 |
| Άμεση συνεισφορά στο ΑΕΠ (%) | 7,49 | 5,12 | 10,73 | 4,62 | 4,13 | 3,63 |
| Έσοδα από τουρισμό – σύνολο (σε δισ. €) | 32,79 | 158,86 | 11,31 | 186,07 | 79,47 | 198,34 |
| Συνολική συνεισφορά στο ΑΕΠ (%) | 18,63 | 14,23 | 24,69 | 11,12 | 12,48 | 8,91 |
| Άμεση συνεισφορά στην απασχόληση (σε χιλ. απασχολούμενους) | 422,92 | 862,19 | 137,87 | 1.246,08 | 495,11 | 1.180,26 |
| Άμεση συνεισφορά στην απασχόληση (%) | 11,50 | 4,70 | 10,03 | 5,47 | 1,83 | 4,20 |
| Συνολική συνεισφορά στην απασχόληση (σε χιλ. απασχολούμενους) | 860,32 | 2.652,30 | 321,29 | 2.867,02 | 2.197,57 | 2.790,85 |
| Συνολική συνεισφορά στην απασχόληση (%) | 23,40 | 14,45 | 23,37 | 12,60 | 8,11 | 9,94 |

Πηγή: (World Travel & Tourism Council, 2017).

Πέραν των βασικών αυτών μεγεθών του τουρισμού, χρειάζεται να αναλυθούν και τα στοιχεία που αφορούν τις υποδομές διαμονής της κάθε χώρας. Χρειάζεται ουσιαστικά να πραγματοποιηθεί μια καταγραφή των υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων των παραπάνω χωρών, σε αριθμό, δυναμικότητα και κατηγορία αστέρων. Όπως δείχνουν τα σχετικά μεγέθη (Πίνακας 12), το μείγμα του προσφερόμενου ξενοδοχειακού προϊόντος διαφοροποιείται σε κάθε χώρα. Ειδικότερα, στην περίπτωση της Ελλάδας και της Τουρκίας καταγράφεται ο μεγαλύτερος αριθμός (ως ποσοστό) κλινών σε ξενοδοχεία κατηγορίας 5*, ενώ ο μεγαλύτερος αριθμός κλινών κατηγορίας 4* υπάρχει στην Ισπανία και την Κροατία. Συγχρόνως στην Ελλάδα εμφανίζεται και ο μεγαλύτερος αριθμός κλινών σε ξενοδοχεία 1* και 2*, ενώ παρουσιάζεται αρνητική απόκλιση από το μέσο όρο των υπό εξέταση χωρών σε αριθμό κλινών σε ξενοδοχεία 3* και 4*, γεγονός που φανερώνει και την έντονη αντίθεση που υπάρχει στο ξενοδοχειακό προϊόν στο εσωτερικό της χώρας. Να σημειωθεί τέλος πως η Ιταλία, η Γαλλία και η Ελλάδα,

διαθέτουν κατά μέσο όρο μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, με 67, 71 και 80 κλίνες αντίστοιχα ανά μονάδα. Στον αντίποδα, η Ισπανία, η Κροατία και η Τουρκία διαθέτουν κατά μέσο όρο σαφώς μεγαλύτερες ξενοδοχειακές μονάδες, με 162, 199 και 258 κλίνες αντίστοιχα ανά ξενοδοχείο. Να σημειωθεί πως τα στοιχεία για την Τουρκία αφορούν αποκλειστικά τα επισήμως καταγεγραμμένα ξενοδοχεία. Στην εν λόγω αγορά εκτιμάται πως υπάρχει και ένας αριθμός ξενοδοχείων που δεν καταγράφεται στα επίσημα στατιστικά στοιχεία και πιθανώς η πραγματική εικόνα της δυναμικής των ξενοδοχείων να είναι εν τέλει διαφορετική.

Πίνακας 12: Αριθμός ξενοδοχείων και κλινών ανά κατηγορία αστέρων (έτος αναφοράς 2015)

| Κατηγορία | Μεγέθη | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία* | Γαλλία |
|--|------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|
| 5* | Ξενοδοχεία | 419 | 253 | 37 | 442 | 949 | 457 |
| | Κλίνες | 128.672 | 79.393 | 11.788 | 70.735 | 244.611 | 54.963 |
| 4* | Ξενοδοχεία | 1.340 | 2.080 | 243 | 5.609 | 892 | 2.438 |
| | Κλίνες | 199.088 | 631.334 | 54.059 | 755.629 | 229.907 | 325.035 |
| 3* | Ξενοδοχεία | 2.436 | 2.507 | 315 | 15.355 | 809 | 7.898 |
| | Κλίνες | 185.081 | 410.686 | 51.927 | 957.580 | 208.521 | 529.044 |
| 2* ή 1* | Ξενοδοχεία | 5.562 | 3.062 | 76 | 8.973 | 506 | 7.535 |
| | Κλίνες | 271.474 | 160.633 | 15.760 | 260.763 | 130.325 | 395.650 |
| Σύνολα | Ξενοδοχεία | 9.757 | 7.902 | 671 | 30.379 | 3.156 | 18.328 |
| | Κλίνες | 784.315 | 1.282.047 | 133.534 | 2.044.707 | 813.364 | 1.304.692 |
| Μέσος αριθμός κλινών ανά ξενοδοχείο | | 80 | 162 | 199 | 67 | 258 | 71 |
| % κατανομή κλινών | 5* | 16,41% | 6,19% | 8,83% | 3,46% | 30,07% | 4,21% |
| | 4* | 25,38% | 49,25% | 40,48% | 36,96% | 28,27% | 24,91% |
| | 3* | 23,60% | 32,03% | 38,89% | 46,83% | 25,64% | 40,55% |
| | 2* και 1* | 34,61% | 12,53% | 11,80% | 12,75% | 16,02% | 30,33% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (European Commission , 2015), (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017), (Investment Support and Promotion Agency of Turkey, 2013), (HVS Global Hospitality Services, 2015), (A Tout France, 2017), (Ministry of Tourism, Republic of Croatia, 2015), (Istat , 2017). *: Τα μεγέθη αφορούν μόνο τα αδειοδοτημένα και καταγεγραμμένα ξενοδοχεία.

Επόμενο βήμα της αποτύπωσης του ξενοδοχειακού δυναμικού, είναι η διερεύνηση του βαθμού αξιοποίησης και απόδοσής του σε κάθε χώρα, όπως αυτός προσδιορίζεται από τις πραγματοποιηθείσες διανυκτερεύσεις, τη διάρκεια παραμονής, τη μέση δαπάνη και το ποσοστό πληρότητας. Όπως δείχνουν τα σχετικά μεγέθη, τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα έχουν ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά συνεισφοράς στο σύνολο των διανυκτερεύσεων που γίνονται. Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων ανά κλίνη ξενοδοχείων που προκύπτει κυμαίνεται σε ένα μέσο επίπεδο σε σχέση με τις άλλες χώρες, ως αποτέλεσμα του ποσοστού πληρότητας και της διάρκειας παραμονής. Εκείνο όμως το στοιχείο όπου υπάρχει έντονη απόκλιση από τους ανταγωνιστές είναι η δαπάνη ανά διανυκτέρευση που προφανώς συνδέεται και με την τιμή ανά δωμάτιο των ξενοδοχείων. Παρά το γεγονός, ότι σε επίπεδο ξενοδοχειακών υποδομών, η χώρα δεν φαίνεται να υπολείπεται από τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες, τα ξενοδοχεία φαίνεται να προσφέρουν χαμηλότερες τιμές προκειμένου να προσελκύσουν ένα μεγαλύτερο αριθμό τουριστών.

Πίνακας 13: Διανυκτερεύσεις, διάρκεια παραμονής και δαπάνη (έτος αναφοράς: 2015)

| Μεγέθη | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|--|------------|------------|-----------|------------|------------|------------|
| Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.) | 201.213,26 | 554.479,51 | 68.168,13 | 525.634,28 | 347.095,42 | 521.211,63 |
| Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία (σε χιλ.) | 140.561,01 | 271.783,61 | 26.075,85 | 317.185,17 | 151.942,11 | 223.819,91 |
| % διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία | 74,76% | 61,18% | 39,59% | 80,84% | 49,07% | 57,39% |
| Διανυκτερεύσεις ανά κλίνη | 179,22 | 211,99 | 195,28 | 155,13 | 186,81 | 171,55 |
| Μέση διάρκεια παραμονής (σε ημέρες) | 7,20 | 6,51 | 5,19 | 3,46 | 8,70 | 4,62 |
| Τουριστική δαπάνη ανά διανυκτέρευση (σε €) | 75,10 | 126,00 | 106,28 | 92,58 | 82,12 | 116,00 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (Eurostat, 2017) και (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017).

Αποτέλεσμα της παραπάνω συμπεριφοράς και προφανώς άλλων παραμέτρων (π.χ. καλύτερη προώθηση προϊόντος), ήταν η βελτίωση που καταγράφεται στο ποσοστό πληρότητας των ξενοδοχείων τα τελευταία έτη στην Ελλάδα. Ειδικότερα, βάσει πρόσφατων στοιχείων, η μέση πληρότητα σε όλες τις υπό εξέταση χώρες κινείται στο επίπεδο του 50%, με την Ισπανία και την Κροατία να καταγράφουν την καλύτερη επίδοση και την Ιταλία τη μικρότερη. Η Ελλάδα βρίσκεται σε ένα μέσο επίπεδο, εμφανίζοντας ανοδική τάση και καταγράφοντας τον υψηλότερο ρυθμό αύξησης. Η μόνη χώρα που εμφανίζει ιδιαίτερη πτώση του ποσοστού πληρότητας είναι η Τουρκία, που κατά κύριο λόγο οφείλεται στις γεωπολιτικές και κοινωνικές της εξελίξεις.

Πίνακας 14: Μέση πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων βάσει κλινών (%)

| Έτη | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|--------------------------------|--------|---------|---------|--------|---------|--------|
| 2013 | 45,20 | 54,10 | 53,20 | 40,50 | 52,60 | 47,40 |
| 2014 | 47,30 | 55,70 | 52,70 | 40,60 | 51,83 | 46,50 |
| 2015 | 49,10 | 58,08 | 53,50 | 42,50 | 51,18 | 47,00 |
| Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής | 4,22% | 3,61% | 0,28% | 2,44% | -1,36% | -0,42% |

Πηγή: (Eurostat, 2017).

Το ξενοδοχειακό προϊόν επομένως της χώρας διαθέτει αυξημένες υποδομές στην κατηγορία των 5*, φέρει την ανάγκη αναβάθμισης λόγω αυξημένου αριθμού 1* και 2* και μειωμένου αριθμού 3* και 4*, παρουσιάζει αυξημένο αριθμό διανυκτερεύσεων, πετυχαίνει βελτίωση του ποσοστού πληρότητας των κλινών του, προσελκύει τουρίστες που επιλέγουν μακρά διαμονή, αλλά αδυνατεί να επιτύχει υψηλές επιδόσεις σε επίπεδο τιμών και χαρακτηρίζεται από σχετικά μικρό μέγεθος ξενοδοχειακής μονάδας. Αυτό το στοιχείο είναι ιδιαίτερα κρίσιμο καθώς αυξάνει τον κίνδυνο τα ξενοδοχεία της χώρας να απολαμβάνουν χαμηλότερα ποσοστά κερδοφορίας σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους.

Έχοντας πλέον αποτυπώσει τα βασικά τουριστικά μεγέθη της Ελλάδας, προσδιορίσει τους κύριους ανταγωνιστές της και αντιπαραβάλει τα σχετικά τους μεγέθη, είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί μια συνολική θεώρηση της θέσης του ελληνικού προϊόντος διαμονής στη διεθνή ανταγωνιστικότητα.

Θέση του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα

Μια πρώτη αξιολόγηση της τουριστικής δυναμικής κάθε χώρας αποτυπώνεται στην έκθεση «Travel and Tourism Competitiveness Report 2017» του World Economic Forum. Στην έκθεση αυτή, χρησιμοποιώντας μια σειρά από κριτήρια, υπολογίζεται ένας δείκτης ανταγωνιστικότητας για τον τουριστικό κλάδο της κάθε χώρας. Σκοπός είναι να ληφθεί υπόψη το σύνολο των παραμέτρων που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού. Ειδικότερα, ο δείκτης ανταγωνιστικότητας του τουρισμού στηρίζεται σε συνολικά ενενήντα κριτήρια που αφορούν δεκατέσσερις επιμέρους τομείς. Οι τομείς περιλαμβάνουν τέσσερα βασικά πεδία: το ευρύτερο περιβάλλον, τις ακολουθούμενες πολιτικές και τις συνθήκες ταξιδιού, τις υποδομές, το φυσικό και πολιτιστικό πλούτο. Η συνολική βαθμολογία της κάθε χώρας είναι αποτέλεσμα των επί μέρους αξιολογήσεων που γίνονται σε κάθε πεδίο. Βάσει της τελευταίας δημοσιευμένης έκθεσης, προκύπτει πως η Ελλάδα, καταλαμβάνει για το 2016 την 24^η θέση ανάμεσα σε 136 χώρες, σημειώνοντας βελτίωση από την προηγούμενη χρονιά όπου κατείχε την 31^η θέση ανάμεσα σε 141 χώρες (World Economic Forum, 2017). Εξετάζοντας τώρα τη θέση των άμεσα ανταγωνιστικών χωρών, γίνεται φανερό ότι η Ελλάδα τουριστικά βρίσκεται σε μια ενδιάμεση θέση, δεδομένου ότι τρεις χώρες (Ισπανία, Γαλλία, και Ιταλία) είναι σαφώς πιο ανταγωνιστικές ενώ δύο (Κροατία, Τουρκία) υπολείπονται.

Πίνακας 15: Ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου στην κάθε χώρα (έτος αναφοράς: 2015)

| Τομείς κριτηρίων | Κατάταξη | | | | | |
|---|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
| Υγεία και Υγιεινή | 11 | 24 | 19 | 30 | 64 | 14 |
| Προτεραιοποίηση τουριστικού κλάδου | 15 | 5 | 77 | 75 | 87 | 27 |
| Τουριστικές Υποδομές | 18 | 2 | 5 | 11 | 42 | 17 |
| Υποδομές αερομεταφορών | 26 | 9 | 52 | 23 | 14 | 13 |
| Πολιτιστικοί πόροι και επιχειρηματικά ταξίδια | 27 | 2 | 39 | 5 | 16 | 3 |
| Εξωστρέφεια | 32 | 43 | 26 | 29 | 50 | 19 |
| Φυσικοί πόροι | 32 | 9 | 20 | 12 | 70 | 13 |
| Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα | 39 | 31 | 21 | 37 | 112 | 17 |
| Υποδομές εδάφους και λιμένα | 48 | 15 | 46 | 22 | 54 | 7 |
| Ανθρώπινοι πόροι και αγορά εργασίας | 49 | 34 | 85 | 67 | 94 | 28 |
| Ετοιμότητα ΤΠΕ | 51 | 29 | 47 | 37 | 72 | 20 |
| Ασφάλεια και προστασία | 53 | 18 | 24 | 70 | 116 | 67 |
| Ανταγωνιστικότητα τιμών | 90 | 98 | 100 | 124 | 70 | 118 |
| Επιχειρηματικό περιβάλλον | 103 | 75 | 114 | 121 | 63 | 46 |
| Συνολική κατάταξη | 24 | 1 | 32 | 8 | 44 | 2 |

Πηγή: (World Economic Forum, 2017).

Εκείνο που αποκτά ιδιαίτερη σημασία είναι να εξεταστεί αν υπάρχουν συγκεκριμένοι τομείς όπου η χώρα υπολείπεται εντόνως ή υπερέχει σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές. Ειδικότερα, όλοι οι ανταγωνιστές της (πλην Τουρκίας) βρίσκονται σε υψηλότερες θέσεις στους τομείς της ετοιμότητας σε επίπεδο ΤΠΕ, τις τουριστικές υποδομές, τις υποδομές εδάφους και λιμένων, των φυσικών πόρων και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Επίσης, η χώρα υπολείπεται ως προς τους ανταγωνιστές της (πλην Κροατίας) στους τομείς των πολιτιστικών πόρων και

επιχειρηματικών ταξιδιών. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα λαμβάνει την υψηλότερη βαθμολογία στον τομέα της υγείας και υγιεινής και τη δεύτερη υψηλότερη στον τομέα της ανταγωνιστικότητας τιμής και προτεραιοποίησης του τουριστικού κλάδου, με τις αντίστοιχες πρώτες θέσεις να καταλαμβάνονται από την Τουρκία και την Ισπανία.

Επόμενα στοιχεία που χρειάζεται να διερευνηθούν είναι το μερίδιο αγοράς που αποσπά η κάθε χώρα και η σχετική θέση της στην τουριστική αγορά. Το μέγεθος της αγοράς οριοθετείται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης των 28 με την προσθήκη της Τουρκίας (αφού αποτελεί ανταγωνιστικό προορισμό ως προς την Ελλάδα), σε ένα σύνολο δηλαδή 29 χωρών. Τα μερίδια θα υπολογιστούν σε επίπεδο κλινών τουριστικών καταλυμάτων και ξενοδοχείων, διανυκτερεύσεων και εισπράξεων. Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως η Ελλάδα, αν και αποτελεί την 16^η οικονομία της Ε.Ε. (με βάση το ΑΕΠ), εντούτοις πετυχαίνει μια σαφώς καλύτερη επίδοση στην τουριστική αγορά. Ωστόσο η θέση της είναι σαφώς καλύτερη σε επίπεδο δυναμικότητας (κλίνες) αλλά όχι σε επίπεδο απόδοσης (διανυκτερεύσεις και εισπράξεις). Το φαινόμενο αυτό, κυρίως στις εισπράξεις, συνδέεται με τη δαπάνη ανά διανυκτέρευση που αποτυπώθηκε προηγουμένως και στην τιμολογιακή πολιτική που αναγκάζονται να ακολουθήσουν τα ξενοδοχεία της χώρας.

Πίνακας 16: Θέση και μερίδιο ανταγωνιστών σε βασικά μεγέθη (έτος αναφοράς: 2015)

| Μεγέθη | Ελλάδα | | Ισπανία | | Κροατία | | Ιταλία | | Τουρκία | | Γαλλία | |
|--|---------|----------------|---------|----------------|---------|-----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|
| | Μερίδιο | Θέση | Μερίδιο | Θέση | Μερίδιο | Θέση | Μερίδιο | Θέση | Μερίδιο | Θέση | Μερίδιο | Θέση |
| Κλίνες συνόλου τουριστικών καταλυμάτων | 3,87% | 7 ^η | 10,96% | 4 ^η | 2,92% | 10 ^η | 15,16% | 2 ^η | 3,15% | 8 ^η | 15,95% | 1 ^η |
| Κλίνες ξενοδοχείων | 5,59% | 7 ^η | 13,30% | 2 ^η | 1,15% | 17 ^η | 15,70% | 1 ^η | 5,67% | 6 ^η | 9,10% | 5 ^η |
| Διανυκτερεύσεις | 3,38% | 9 ^η | 14,47% | 1 ^η | 2,44% | 10 ^η | 13,46% | 3 ^η | 4,59% | 6 ^η | 14,05% | 2 ^η |
| Εισπράξεις | 4,11% | 9 ^η | 14,45% | 1 ^η | 2,12% | 14 ^η | 9,38% | 4 ^η | 7,86% | 6 ^η | 11,68% | 2 ^η |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (Eurostat, 2017) και (World Travel & Tourism Council, 2017).

Πάρα ταύτα, αν εξεταστεί η διαχρονική εξέλιξη των μεριδίων από το 2012 έως το 2015, οι ρυθμοί μεταβολής τους δείχνουν πως η χώρα πετυχαίνει να βελτιώσει σημαντικά το μερίδιό της τόσο σε επίπεδο διανυκτερεύσεων όσο και εισπράξεων. Αν και η απόλυτη θέση της δεν βελτιώθηκε, εντούτοις η αύξηση του μεριδίου σε διανυκτερεύσεις και εισπράξεις υποδηλώνει την ενίσχυση της θέσης του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος στην ευρωπαϊκή αγορά.

Πίνακας 17: Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής μεριδίων περιόδου 2012 - 2015

| Μεγέθη | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|--------------------------------|--------|---------|---------|--------|---------|--------|
| Κλίνες τουριστικών καταλυμάτων | -0,52% | -0,53% | 3,84% | -0,80% | 2,50% | -0,81% |
| Κλίνες ξενοδοχείων | -0,04% | -0,48% | 0,30% | -1,33% | 2,77% | 0,11% |
| Διανυκτερεύσεις | 4,31% | 0,77% | 2,08% | -1,47% | 1,11% | -1,72% |
| Εισπράξεις | 4,39% | -0,21% | 1,64% | -0,91% | 7,12% | -4,35% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από (Eurostat, 2017) και (World Travel & Tourism Council, 2017).

Λαμβανομένων τώρα υπόψη όλων των προαναφερθέντων στοιχείων, γίνεται φανερό πως το ξενοδοχειακό προϊόν της χώρας διατηρεί και ενισχύει τη δυναμική του, γίνεται ανταγωνιστικότερο και σε κάθε περίπτωση έχει τη δυνατότητα να αυξήσει το διεθνή προσανατολισμό του. Μέσα από αυτή τη σκιαγράφιση των παραμέτρων όπου η χώρα είναι σε συγκριτικά χειρότερη ή καλύτερη θέση, είναι δυνατό να γίνει και μια συγκεντρωτική αποτύπωση των δυνάμεων και αδυναμιών του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος.

Πίνακας 18: Δυνάμεις και αδυναμίες του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος στη διεθνή ανταγωνιστικότητα

| Δυνάμεις | Αδυναμίες |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Υψηλή διάρκεια διαμονής και υψηλή ανταγωνιστικότητα σε επίπεδο τιμών | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Χαμηλή μέση πληρότητα και αυξημένη εποχικότητα |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Δυνατότητα προσφοράς πολυτελών υπηρεσιών λόγω αυξημένης παρουσίας ξενοδοχείων 5* | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Περιορισμένη μέση τουριστική δαπάνη |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ποιοτικές υποδομές υγείας και υγιεινής | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αυξημένη παρουσία χαμηλής ποιότητας ξενοδοχείων (1* και 2*) |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αυξημένη προτεραιοποίηση του τουριστικού κλάδου | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Περιορισμένη ανταγωνιστικότητα υποδομών |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Αυξημένη συνεισφορά στο ΑΕΠ και την απασχόληση της χώρας | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ανταγωνισμό από μεγάλες χώρες που διαθέτουν ισχυρή παρουσία σε διεθνές επίπεδο στον τομέα του τουρισμού |

Εν κατακλείδι, το ελληνικό ξενοδοχειακό προϊόν στη διεθνή ανταγωνιστικότητα, παρά τις αδυναμίες του, είναι σε θέση να ανταγωνιστεί μεγάλες τουριστικές δυνάμεις, όπως την Ισπανία και την Ιταλία, και να διευρύνει το μερίδιο αγοράς που αυτή τη στιγμή κατέχει. Η χώρα έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει έναν ακόμα μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών και κυρίως να αυξήσει την τουριστική είσπραξη, μέσα από τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των υποδομών και κυρίως μέσα από την περαιτέρω διαφοροποίηση του ξενοδοχειακού προϊόντος.

2. Βιωσιμότητα ξενοδοχείων

Αποτελεί γεγονός ότι η διαχρονική αύξηση της συμβολής του ξενοδοχειακού κλάδου στην ελληνική οικονομία, έχει επηρεάσει και μεγεθύνει το βαθμό κρισιμότητάς του. Οποιαδήποτε απόφαση ή ρύθμιση επηρεάζει το βαθμό βιωσιμότητας των ξενοδοχείων χρειάζεται ειδική διερεύνηση, προκειμένου να μην δημιουργηθούν κίνδυνοι στη μακροχρόνια βιωσιμότητά τους, καθώς με τον τρόπο αυτό θα επηρεαστεί άμεσα και το σύνολο της οικονομίας. Προκειμένου όμως να αξιολογηθεί μια απόφαση που ασκεί επίδραση στα οικονομικά των ξενοδοχείων, χρειάζεται αρχικά να εξεταστεί η χρηματοοικονομική τους θέση, ώστε στη συνέχεια να είναι δυνατό να αξιολογηθεί ο βαθμός σπουδαιότητας της κάθε απόφασης και αν τελικά η όποια επίδραση είναι μικρής ή μεγάλης σημασίας.

2.1 Χρηματοοικονομική ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου

Η οικονομική βιωσιμότητα των ξενοδοχείων προσδιορίζεται από τη χρηματοοικονομική τους θέση. Η χρηματοοικονομική θέση αποτυπώνεται στις οικονομικές καταστάσεις, επιτρέποντας την αξιολόγηση του μεγέθους κερδοφορίας του κλάδου, του βαθμού ρευστότητάς του και γενικότερα των δυνατοτήτων του να αντιμετωπίσει ρυθμιστικές μεταβολές και προκλήσεις της αγοράς.

Μεθοδολογία και δείγμα ανάλυσης

Η διερεύνηση της χρηματοοικονομικής θέσης των ξενοδοχείων θα υλοποιηθεί μέσα από 3 βήματα:

- Αρχικά προσδιορίστηκε ο χρονικός ορίζοντας της απαιτούμενης ανάλυσης. Δεδομένης της ανάγκης να εξαχθούν όσο το δυνατόν ασφαλέστερα συμπεράσματα που απαιτεί διαχρονική εξέταση στοιχείων, του γεγονότος ότι τα έτη 2011 και 2012 ήταν εντόνως υφεσιακά καθώς και ότι μικρός αριθμός ξενοδοχείων έχει δημοσιεύσει οικονομικές καταστάσεις για το τελευταίο λογιστικό έτος (2016), επιλέχθηκε ως περίοδο ανάλυσης τα έτη 2009-2015.
- Στη συνέχεια και δεδομένου του συνολικού αριθμού των ξενοδοχειακών μονάδων, πραγματοποιήθηκε στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία οικονομικών

καταστάσεων ξενοδοχείων, ώστε να ελαχιστοποιηθεί ο βαθμός του στατιστικού σφάλματος. Το υπό εξέταση δείγμα αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο το 12% της αγοράς σε επίπεδο αριθμού μονάδων. Εξαιρέση αποτελούν τα μεγέθη του 2015, όπου το μέγεθος του δείγματος περιορίζεται σε 4% αντίστοιχα, καθώς μειώθηκε σημαντικά ο αριθμός των ξενοδοχείων που έχει δημοσιεύσει οικονομικές καταστάσεις. Ωστόσο και στην περίπτωση αυτή το μέγεθος κρίνεται ως αντιπροσωπευτικό και είναι δυνατή η ανάλυσή του.

- Τρίτο βήμα είναι η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων του δείγματος, προκειμένου να επεξεργαστούν τα στοιχεία και να αποτυπωθεί η χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων.

Ως προς τα ποιοτικά στοιχεία του δείγματος, σημειώνεται πως έχουν συμπεριληφθεί: επιχειρήσεις που λειτουργούν παραπάνω από μια ξενοδοχειακή μονάδα (όμιλοι ξενοδοχείων) κοινής ή διαφορετικής κατηγορίας, επιχειρήσεις που λειτουργούν μόνο μια ξενοδοχειακή μονάδα, επιχειρήσεις που λειτουργούν ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών, 1* έως 5* και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις από όλη την ελληνική επικράτεια. Ένα ακόμα στοιχείο που χαρακτηρίζει την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος είναι ότι επιλέχθηκαν επιχειρήσεις όλων των μεγεθών (μικρές, μεσαίες και μεγάλες), όπως προσδιορίζονται από τον κύκλο εργασιών τους. Ειδικότερα το ~55% των επιχειρήσεων του δείγματος έχουν κύκλο εργασιών έως € 1 εκ. και το ~45% έχουν κύκλο εργασιών άνω του € 1 εκ., καθώς άλλωστε αποτελούν και μικρότερο μέγεθος γενικά στην αγορά. Σημειώνεται τέλος πως άνω του 93% του δείγματος είναι κοινό σε κάθε έτος (με εξαίρεση βέβαια το 2015), ενώ η (μικρή) διαφοροποίηση στο τελικό μέγεθος του δείγματος είναι αποτέλεσμα της εισόδου και εξόδου επιχειρήσεων στον κλάδο, των συγχωνύσεων ή απορροφήσεων, των αλλαγών στη νομική μορφή ή την επωνυμία και της δημοσίευσης ή μη λογιστικών στοιχείων.

Πίνακας 19: Χαρακτηριστικά δείγματος

| Παράμετροι | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Μέγεθος δείγματος | 795 | 802 | 809 | 810 | 816 | 737 | 284 |
| Μερίδιο αγοράς | | | | | | | |
| Ως προς τον αριθμό των ξενοδοχείων | 12% | 12% | 12% | 12% | 12% | 11% | 4% |
| Ποιοτικά χαρακτηριστικά | | | | | | | |
| Μικρές και μεσαίες (έως € 1 εκ.) | 56% | 56% | 55% | 55% | 55% | 54% | 54% |
| Μεγάλες (άνω του € 1 εκ.) | 44% | 44% | 45% | 45% | 45% | 46% | 46% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από οικονομικές καταστάσεις εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Ως εκ τούτου το δείγμα κρίνεται ως αντιπροσωπευτικό προκειμένου να επεξεργαστεί και να διερευνηθεί μια αρχική αποτύπωση της χρηματοοικονομικής θέσης των ξενοδοχείων της χώρας.

Χρηματοοικονομικά αποτελέσματα

Μέσα από την επεξεργασία των οικονομικών καταστάσεων, είναι δυνατό να αποτυπωθούν διαχρονικά τα συνολικά βασικά μεγέθη του δείγματος σε επίπεδο αποτελεσμάτων και σε επίπεδο ισολογισμού. Διευκρινίζεται πως η μείωση των μεγεθών που παρατηρείται μεταξύ της χρήσης 2015 και των προηγούμενων χρήσεων οφείλεται στον περιορισμό του εξεταζόμενου δείγματος. Ως εκ τούτου τα στοιχεία του 2015 και των προηγούμενων ετών δεν είναι συγκρίσιμα, δίνουν όμως μια εικόνα της χρηματοοικονομικής θέσης του συνόλου της ξενοδοχειακής αγοράς.

Πίνακας 20: Οικονομικά στοιχεία δείγματος (σε εκ. €)

| Μεγέθη | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Επίπεδο αποτελεσμάτων | | | | | | | |
| Κύκλος εργασιών | 2.112,82 | 2.086,94 | 2.308,69 | 2.130,28 | 2.394,46 | 2.575,28 | 1.292,01 |
| Αποτελέσματα προ φόρων τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) | 424,45 | 341,63 | 392,07 | 433,09 | 619,26 | 748,57 | 294,24 |
| Αποσβέσεις | 399,79 | 421,50 | 452,40 | 459,30 | 382,46 | 368,78 | 156,96 |
| Αποτελέσματα προ φόρων και τόκων (EBIT) | 24,65 | -79,87 | -60,32 | -26,21 | 236,80 | 379,79 | 137,28 |
| Χρηματοοικονομικό κόστος | 181,34 | 198,89 | 302,06 | 318,43 | 291,07 | 276,91 | 85,38 |
| Αποτελέσματα προ φόρων (EBT) | -135,60 | -242,56 | -349,71 | -335,92 | -46,43 | 114,39 | 58,52 |
| Αποτελέσματα μετά φόρων (EAT) | -155,57 | -260,24 | -356,03 | -342,52 | -99,16 | 66,45 | 19,59 |
| Επίπεδο ισολογισμού | | | | | | | |
| Μη κυκλοφορούν ενεργητικό | 8.457,16 | 9.268,08 | 9.284,10 | 9.417,93 | 8.987,10 | 8.990,72 | 3.455,94 |
| Κυκλοφορούν ενεργητικό | 1.630,39 | 1.746,97 | 1.871,02 | 1.897,20 | 1.863,13 | 1.778,04 | 684,24 |
| Ίδια Κεφάλαια | 4.842,90 | 5.158,15 | 5.064,67 | 5.160,76 | 5.067,50 | 5.074,08 | 1.958,44 |
| Μακροπρόθεσμος δανεισμός | 2.837,38 | 3.122,48 | 3.136,03 | 3.248,84 | 2.844,23 | 2.838,22 | 1.112,40 |
| Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις | 516,67 | 594,98 | 653,18 | 424,33 | 425,82 | 442,86 | 182,81 |
| Βραχυπρόθεσμος δανεισμός | 756,43 | 849,40 | 899,67 | 1.167,56 | 1.126,84 | 1.099,99 | 370,93 |
| Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις | 1.134,13 | 1.290,05 | 1.401,57 | 1.313,63 | 1.385,84 | 1.313,59 | 515,24 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από οικονομικές καταστάσεις εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Η προστιθέμενη αξία των δεδομένων αυτών έγκειται στο γεγονός ότι επιτρέπουν (μέσα από τις σχετικές διαιρέσεις) να εξαχθεί η χρηματοοικονομική θέση για το μέσο τυπικό ξενοδοχείο, ώστε να γίνει μια πρώτη αξιολόγηση της γενικής οικονομικής πορείας του κλάδου. Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν καταρχάς πως υπάρχει μια διαχρονική βελτίωση του κύκλου εργασιών, γεγονός που επέτρεψε τη βελτίωση του λειτουργικού αποτελέσματος. Επιπρόσθετα, το κόστος αποσβέσεων και το χρηματοοικονομικό κόστος παρουσιάζουν μια τάση σταθερότητας, με μικρής κλίμακας διακυμάνσεις, συνεπικουρώντας, μαζί με την αύξηση του κύκλου εργασιών, στη βελτίωση των αποτελεσμάτων προ φόρων. Είναι χαρακτηριστικό πως, το κέρδος προ φόρων από το 2014 και έπειτα γίνεται θετικό, μετά από μια σειρά ζημιολόγων χρήσεων.

Πίνακας 21: Οικονομικά στοιχεία ανά ξενοδοχείο δείγματος (μ.ο., σε εκ. €)

| Μεγέθη | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Επίπεδο αποτελεσμάτων | | | | | | | |
| Κύκλος εργασιών | 2,64 | 2,59 | 2,84 | 2,62 | 2,92 | 3,48 | 4,55 |
| Αποτελέσματα προ φόρων τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) | 0,53 | 0,42 | 0,48 | 0,53 | 0,76 | 1,01 | 1,04 |
| Αποσβέσεις | 0,50 | 0,52 | 0,56 | 0,56 | 0,47 | 0,50 | 0,55 |
| Αποτελέσματα προ φόρων και τόκων (EBIT) | 0,03 | -0,10 | -0,07 | -0,03 | 0,29 | 0,51 | 0,48 |
| Χρηματοοικονομικό κόστος | 0,23 | 0,25 | 0,37 | 0,39 | 0,35 | 0,37 | 0,30 |
| Αποτελέσματα προ φόρων (EBT) | -0,17 | -0,30 | -0,43 | -0,41 | -0,06 | 0,15 | 0,21 |
| Αποτελέσματα μετά φόρων (EAT) | -0,19 | -0,32 | -0,44 | -0,42 | -0,12 | 0,09 | 0,07 |
| Επίπεδο ισολογισμού | | | | | | | |
| Μη κυκλοφορούν ενεργητικό | 10,58 | 11,50 | 11,42 | 11,57 | 10,96 | 12,13 | 12,17 |
| Κυκλοφορούν ενεργητικό | 2,04 | 2,17 | 2,30 | 2,33 | 2,27 | 2,40 | 2,41 |
| Ίδια Κεφάλαια | 6,06 | 6,40 | 6,23 | 6,34 | 6,18 | 6,85 | 6,90 |
| Μακροπρόθεσμος δανεισμός | 3,55 | 3,87 | 3,86 | 3,99 | 3,47 | 3,83 | 3,92 |
| Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις | 0,65 | 0,74 | 0,80 | 0,52 | 0,52 | 0,60 | 0,64 |
| Βραχυπρόθεσμος δανεισμός | 0,95 | 1,05 | 1,11 | 1,43 | 1,37 | 1,48 | 1,31 |
| Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις | 1,42 | 1,60 | 1,72 | 1,61 | 1,69 | 1,77 | 1,81 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από οικονομικές καταστάσεις εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Σε ότι αφορά τώρα τους χρηματοοικονομικούς δείκτες κερδοφορίας, επενδυτικής δραστηριότητας και μόχλευσης η εξέλιξη τους φανερώνει καταρχάς την ικανότητα ενός ξενοδοχείου να δημιουργεί κέρδη από τη λειτουργία του. Επιπρόσθετα αναδεικνύει την επάρκεια της ρευστότητας που προέρχεται από τα λειτουργικά κέρδη για την κάλυψη των μελλοντικών επενδυτικών δραστηριοτήτων αλλά και των δανειακών υποχρεώσεων. Εξετάζοντας αρχικά το περιθώριο λειτουργικής κερδοφορίας (EBITDA), γίνεται φανερό, αφενός λόγω αύξησης του κύκλου εργασιών και αφετέρου λόγω βελτίωσης του τρόπου λειτουργίας και διαχείρισης των δαπανών, υπάρχει μια τάση διαχρονικής βελτίωσής του. Η τάση αυτή βελτίωσης είναι σαφώς εντονότερη σε επίπεδο περιθωρίου λειτουργικών κερδών προ φόρων και τόκων (EBIT), γεγονός βέβαια που συνδέεται με τον περιορισμό του ύψους των αποσβέσεων, όπως άλλωστε μαρτυρά και ο σχετικός δείκτης (αποσβέσεις προς κύκλο εργασιών). Ο περιορισμός των αποσβέσεων συνδέεται και με το φαινόμενο της αποεπένδυσης και γενικότερα του χαμηλού ύψους επενδύσεων που ήταν ιδιαίτερα έντονο κατά την υπό εξέταση περίοδο.

Συνεχίζοντας με το δείκτη χρηματοοικονομικού κόστους (ως % του κύκλου εργασιών), είναι εμφανής η διαχρονική πτώση του από το 2013 και μετά, ως απόρροια τόσο της σταδιακής αύξησης του κύκλου εργασιών όσο και του περιορισμού της νέας δανειακής χρηματοδότησης προς τον κλάδο ή και της αναδιάρθρωσης της υφιστάμενης (με μείωση του κόστους δανεισμού, δηλαδή των επιτοκίων). Η συμπεριφορά αυτή του

χρηματοοικονομικού κόστους, σε συνδυασμό βέβαια με τις υπόλοιπες μεταβολές, επέτρεψαν τη διαχρονική βελτίωση του περιθωρίου κερδών προ φόρων (EBT), καθώς υπήρξε εξάλειψη ζημιών και εμφάνιση κερδοφόρων αποτελεσμάτων. Ωστόσο, σε επίπεδο κερδών μετά φόρων το μέσο ξενοδοχείο παρουσιάζει διαχρονικά μια σαφώς χαμηλότερης κλίμακας αυξητική τάση, με πτώση μάλιστα του σχετικού δείκτη το 2015. Η εξέλιξη βέβαια αυτή είναι άμεσα συνδεδεμένη με τις αλλαγές που έγιναν στο φορολογικό καθεστώς και κυρίως με την αύξηση της φορολογικής επιβάρυνσης των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Ο δείκτης ρευστότητας παραμένει χαμηλός, αναδεικνύοντας τους γενικότερους περιορισμούς των ξενοδοχείων στο μέγεθος της ρευστότητάς τους, γεγονός που συνδέεται κυρίως με την ανάγκη άμεσης εξυπηρέτησης των υποχρεώσεων τους. Ο δείκτης κεφαλαιακής μόχλευσης τέλος δεν εμφανίζει τάση αποκλιμάκωσης καθώς ο κλάδος εξακολουθεί να φέρει υψηλά δανειακά βάρη.

Πίνακας 22: Οικονομικοί δείκτες κλάδου

| Παράμετροι | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|--------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) | 20,09% | 16,37% | 16,98% | 20,33% | 25,86% | 29,07% | 22,77% |
| Δείκτης αποσβέσεων | 18,92% | 20,20% | 19,60% | 21,56% | 15,97% | 14,32% | 12,15% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων και τόκων (EBIT) | 1,17% | -3,83% | -2,61% | -1,23% | 9,89% | 14,75% | 10,63% |
| Δείκτης χρηματοοικονομικού κόστους | 8,58% | 9,53% | 13,08% | 14,95% | 12,16% | 10,75% | 6,61% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων (EBT) | -6,42% | -11,62% | -15,15% | -15,77% | -1,94% | 4,44% | 4,53% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων μετά φόρων (EAT) | -7,36% | -12,47% | -15,42% | -16,08% | -4,14% | 2,58% | 1,52% |
| Γενική ρευστότητα | 0,86 | 0,82 | 0,81 | 0,76 | 0,74 | 0,74 | 0,77 |
| Κεφαλαιακή μόχλευση | 1,08 | 1,14 | 1,20 | 1,19 | 1,14 | 1,12 | 1,11 |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από οικονομικές καταστάσεις εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Ωστόσο και παρά την ουσιαστική πληροφόρηση που παρέχει η παραπάνω ανάλυση, κρίνεται σκόπιμο να γίνει μια περαιτέρω εξέταση της χρηματοοικονομικής θέσης των ξενοδοχείων, όχι όμως σε ένα μέσο επίπεδο, αλλά σε επίπεδο κατηγορίας αστέρων, δεδομένων των ισχυρών διαφοροποιήσεων που υπάρχουν στις 5 επιμέρους κατηγορίες.

Αξιολόγηση ανά κατηγορία ξενοδοχείων

Η εξέταση της χρηματοοικονομικής θέσης των ξενοδοχείων ανά κατηγορία απαιτεί την περαιτέρω επεξεργασία του δείγματος των ξενοδοχείων, προκειμένου να γίνει η διάκριση των ξενοδοχείων ανά κατηγορία αστέρων. Από το δείγμα εξαιρέθηκαν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που διαχειρίζονται περισσότερες από μία ξενοδοχειακές μονάδες, οι επιχειρήσεις που άλλαξαν κατηγορία μέσα στην υπό εξέταση περίοδο και

επιχειρήσεις που δεν ήταν δυνατό να εντοπιστεί σε ποια κατηγορία ανήκει το ξενοδοχείο που διαχειρίζονται. Επιπρόσθετα και λόγω του περιορισμού του αριθμού των ξενοδοχείων κρίθηκε σκόπιμο το δείγμα να παραμείνει ίδιο από έτος σε έτος, ώστε να είναι εφικτή η διαχρονική και διαστρωματική σύγκριση. Βεβαίως το δείγμα παραμένει αντιπροσωπευτικό της αγοράς, επιτρέποντας την εξαγωγή αναλύσεων και συμπερασμάτων.

Πίνακας 23: Επιλεγμένο δείγμα ανά έτος

| Παράμετροι | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Πλήθος ξενοδοχειακών επιχειρήσεων | 156 | 156 | 156 | 156 | 156 | 156 | 156 |
| Μερίδιο αγοράς | | | | | | | |
| % επί αγοράς (βάσει πλήθους) | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Ποιοτικά χαρακτηριστικά | | | | | | | |
| Μικρές και μεσαίες (έως € 1 εκ.) | 51% | 51% | 51% | 51% | 51% | 51% | 51% |
| Μεγάλες (άνω του € 1 εκ.) | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% | 49% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ισολογισμούς εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Μέσα από την επεξεργασία των οικονομικών καταστάσεων του δείγματος των εταιρειών κατέστη εφικτό να εξαχθούν οι βασικοί χρηματοοικονομικοί δείκτες ανά κατηγορία ξενοδοχείων. Για λόγους άμεσης συγκρισιμότητας και πληρέστερης αντίληψης κρίθηκε σκόπιμο οι σχετικοί υπολογισμοί να γίνουν ανά κατηγορία ξενοδοχείου συνολικά για την υπό εξέταση περίοδο 2009-2015, με αυξημένη βαρύτητα στην επίδραση των τελευταίων ετών. Από τους χρηματοοικονομικούς δείκτες προκύπτει ότι τα ξενοδοχεία με το υψηλότερο περιθώριο σε επίπεδο λειτουργικών κερδών (EBITDA) είναι τα ξενοδοχεία 3* και 4* με 26,7% και 26,6% αντίστοιχα. Το υψηλότερο περιθώριο κέρδους προ τόκων και φόρων (EBIT) παρουσιάζουν, επίσης, τα ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών και ειδικότερα την πρώτη θέση κατέχουν τα ξενοδοχεία 3* με 14,5%, ενώ ακολουθούν τα 4* με 14,1% και τα 5* με 11,7%. Από την άλλη πλευρά, τα ξενοδοχεία χαμηλών προδιαγραφών (1* και 2*) παρά το γεγονός ότι πετυχαίνουν ένα ικανοποιητικό δείκτη λειτουργικών κερδών προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA), καταλήγουν, λόγω υψηλού δείκτη αποσβέσεων και υψηλού δείκτη χρηματοοικονομικού κόστους, σε αρνητικά αποτελέσματα. Πέραν των δεικτών αυτών κρίθηκε σκόπιμο να παρουσιαστούν και δύο ακόμα δείκτες που επηρεάζουν τη λειτουργική ρευστότητα των ξενοδοχείων. Ο πρώτος αφορά την εξυπηρέτηση του δανεισμού που υπολογίστηκε λαμβάνοντας υπόψη το μέσο υπόλοιπο δανεισμού και τη μέση διάρκεια αποπληρωμής του, που σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος ανέρχεται σε 7,5 έτη (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017). Ο δεύτερος αποτυπώνει το μέγεθος των επενδύσεων που πραγματοποιούν τα ξενοδοχεία, όπως αποτυπώνεται μέσα από τις οικονομικές τους καταστάσεις. Προκειμένου να είναι εφικτή η σύγκριση ανά κατηγορία ξενοδοχείων, τα εν λόγω μεγέθη εκφράζονται ως ποσοστό του κύκλου εργασιών. Η μεγαλύτερη απαίτηση για εξυπηρέτηση του δανεισμού, συναρτήσει του κύκλου εργασιών, υπάρχει στην περίπτωση των ξενοδοχείων 1*, 5* και 4*, γεγονός

βέβαια που συνδέεται με τις επενδυτικές εκροές, που είναι επίσης οι υψηλές (ως προς τον κύκλο εργασιών τους) σε αυτές τις κατηγορίες.

Πίνακας 24: Χρηματοοικονομικοί δείκτες ανά κατηγορία ξενοδοχείου

| Παράμετροι | 1* | 2* | 3* | 4* | 5* |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) | 26,01% | 23,91% | 26,70% | 26,60% | 25,54% |
| Δείκτης αποσβέσεων (αποσβέσεις / κύκλο εργασιών) | 22,83% | 21,52% | 12,15% | 12,52% | 13,83% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων και τόκων (EBIT) | 3,18% | 2,39% | 14,50% | 14,12% | 11,71% |
| Δείκτης χρηματοοικονομικού κόστους | 6,50% | 8,93% | 6,12% | 5,76% | 5,73% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων προ φόρων (EBT) | -3,20% | -5,75% | 8,66% | 8,80% | 6,28% |
| Περιθώριο αποτελεσμάτων μετά φόρων (EAT) | -4,60% | -7,56% | 5,96% | 5,37% | 4,08% |
| Εξυπηρέτηση δανεισμού (% κύκλου εργασιών) | 15,21% | 5,59% | 9,42% | 9,71% | 15,22% |
| Επενδύσεις (% κύκλου εργασιών) | 7,04% | 4,44% | 4,85% | 7,29% | 7,11% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από οικονομικές καταστάσεις εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Οι δείκτες αυτοί φανερώνουν τη χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων, που προφανώς διαφοροποιείται ανά κατηγορία και επηρεάζεται άμεσα από τη γενικότερη πορεία του τουρισμού. Επιπρόσθετα είναι απαραίτητη η αναφορά τους, προκειμένου να διερευνηθεί το μέγεθος της φοροδοτικής ικανότητας των ξενοδοχείων. Προηγουμένως όμως, κρίνεται σκόπιμη μια αντιπαραβολή του σχετικού φορολογικού πλαισίου στην Ελλάδα με το αντίστοιχο των ανταγωνιστριών χωρών, που θα επιτρέψει την ασφαλέστερη εξαγωγή συμπερασμάτων ως προς τη φορολογική επιβάρυνση των ξενοδοχείων και ως προς τις δυνατότητές τους να ανταποκριθούν σε νέα βάρη.

2.2 Συγκριτική ανάλυση φορολογικής επιβάρυνσης ξενοδοχείων

Έχοντας διερευνήσει τις διαφορές που υπάρχουν στο ξενοδοχειακό προϊόν μεταξύ της Ελλάδας και των κύριων ανταγωνιστών σε επίπεδο υποδομών, δαπανών και επιδόσεων, αποκτά ιδιαίτερα ενδιαφέρον να αντιπαρατεθούν και τα σχετικά φορολογικά καθεστώτα της κάθε χώρας. Οι φορολογικές επιβαρύνσεις που θα μελετηθούν αφορούν στους άμεσους φόρους, οι οποίοι επιδρούν στην οικονομική δυναμική των ξενοδοχείων, και στους έμμεσους φόρους, που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Στους άμεσους φόρους ανήκει ο φόρος εισοδήματος, ενώ στους έμμεσους ο φόρος προστιθέμενης αξίας που επιβαρύνει την τιμή του προϊόντος διαμονής και των λοιπών υπηρεσιών των

ξενοδοχείων. Πέραν αυτών, υπάρχουν επιπρόσθετοι άμεσοι, έμμεσοι φόροι και λοιπές επιβαρύνσεις, όπως ο φόρος περιουσίας, τα τέλη παρεπιδημούντων, ο φόρος διαμονής, τα δημοτικά και λοιπά τέλη. Στο πλαίσιο της παρούσας ανάλυσης κρίνεται σκόπιμο να γίνει αντιπαραβολή των χωρών μόνο επί του φόρου εισοδήματος και του ΦΠΑ για δύο βασικούς λόγους: πρώτον, γιατί οι φόροι αυτοί αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος της φορολογικής επιβάρυνσης του ξενοδοχειακού προϊόντος, και δεύτερον, γιατί οι υπόλοιποι φόροι επηρεάζονται από τις αξίες των αγαθών (όπως π.χ. ο φόρος περιουσίας) ή από ειδικές διατάξεις (όπως π.χ. ο φόρος διαμονής), με αποτέλεσμα να υπάρχει ανομοιογένεια των αρχών εφαρμογής τους σε κάθε χώρα, καθιστώντας δυσχερή τη διαστρωματική σύγκριση και ανάλυσή τους.

Ξεκινώντας από την ελληνική αγορά, ο φόρος εισοδήματος των νομικών προσώπων ανέρχεται σε 29% επί των φορολογητέων κερδών τους, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4334/2015. Το ξενοδοχειακό προϊόν επιβαρύνεται με ΦΠΑ που ανέρχεται σε 13% για τις υπηρεσίες διαμονής και σε 24% για τις λοιπές υπηρεσίες, βάσει του αρ. 52 του Ν. 4389/2016, για τις περισσότερες περιοχές της ελληνικής επικράτειας. Η έκπτωση κατά 30% που υπάρχει στο ΦΠΑ για τα νησιά των Νομών Έβρου, Λέσβου, Χίου, Σάμου και Δωδεκανήσου (πλην Ρόδου και Καρπάθου) θα ισχύει μέχρι την 31/12/2017 σύμφωνα με το αρ. 118 του Ν. 4446/2016. Στην αγορά της Ισπανίας, ο φόρος εισοδήματος ανέρχεται σε 25% επί των φορολογητέων εισοδημάτων των νομικών προσώπων. Ο ΦΠΑ για τις υπηρεσίες διαμονής και για τις λοιπές υπηρεσίες ανέρχεται σε 10%. Στην Κροατία, ο συντελεστής φόρου εισοδήματος επιχειρήσεων για κάθε είδους επιχειρηματική δραστηριότητα είναι της τάξης του 18%. Σε ότι αφορά τώρα στο ΦΠΑ, το ξενοδοχειακό προϊόν επιβαρύνεται με συντελεστή 13%. Στη χώρα της Ιταλίας, οι νομικές οντότητες υπόκεινται σε φόρο εισοδήματος (IRES) που ανέρχεται σε 27,9% επί των καθαρών φορολογητέων εισοδημάτων της εταιρείας. Αναφορικά στον ΦΠΑ (Imposta sul Valore Aggiunto - IVA), ο συντελεστής που εφαρμόζεται σε όλες τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ανέρχεται σε 10%. Στην περίπτωση της Τουρκίας, οι εταιρείες υπόκεινται σε φόρο εισοδήματος (CIT) με συντελεστή 20% επί των φορολογητέων εισοδημάτων τους. Ο συντελεστής ΦΠΑ, ο οποίος εφαρμόζεται στις υπηρεσίες διαμονής σε ξενοδοχειακά καταλύματα ανέρχεται σε 8% ενώ στις λοιπές υπηρεσίες σε 18% ((European Commission, 2017) και (OECD, 2017)). Τέλος, στη Γαλλία ο φορολογικός συντελεστής που επιβάλλεται στα φορολογητέα εισοδήματα των επιχειρήσεων ανέρχεται σε 33,33%. Ο συντελεστής του φόρου προστιθέμενης αξίας για την παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών ανέρχεται σε 10%.

Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία των φορολογικών συντελεστών ανά χώρα, προκύπτει πως τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα υπόκεινται στο δεύτερο υψηλότερο συντελεστή φορολόγησης εισοδημάτων. Με εξαίρεση την περίπτωση της Γαλλίας, οι υπόλοιπες χώρες έχουν υιοθετήσει σαφώς χαμηλότερους φορολογικούς συντελεστές εισοδήματος σε σχέση με την Ελλάδα. Ως προς την έμμεση φορολογία, το ξενοδοχειακό προϊόν στην Ελλάδα επιβαρύνεται με τον υψηλότερο συντελεστή διαμονής και τον υψηλότερο λοιπών υπηρεσιών. Λαμβανομένου υπόψη το σύνολο των δεικτών, γίνεται φανερό πως το ξενοδοχειακό προϊόν στην Ελλάδα φέρει τη μεγαλύτερη φορολογική επιβάρυνση σε

σύγκριση με εκείνο των υπολοίπων ανταγωνιστριών χωρών στον τομέα του τουρισμού. Η διαπίστωση αυτή θα γίνει ακόμα σαφέστερη μέσα από την παράθεση μιας εφαρμογής της φορολογικής επιβάρυνσης του ξενοδοχειακού προϊόντος ανά χώρα.

Πίνακας 25: Βασικές φορολογικές επιβαρύνσεις ξενοδοχειακού κλάδου ανά χώρα

| Παράμετροι | Ελλάδα* | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|---|---------|---------|---------|--------|---------|--------|
| Άμεση φορολόγηση | | | | | | |
| Συντελεστής φορολόγησης εισοδήματος ξενοδοχείων | 29,00% | 25,00% | 18,00% | 27,90% | 20,00% | 33,33% |
| Έμμεση φορολόγηση | | | | | | |
| ΦΠΑ στη διαμονή | 13,00% | 10,00% | 13,00% | 10,00% | 8,00% | 10,00% |
| ΦΠΑ στις λοιπές ξενοδοχειακές υπηρεσίες | 24,00% | 10,00% | 13,00% | 10,00% | 18,00% | 10,00% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ((European Commission, 2017) και (OECD, 2017)). *: έχει ληφθεί υπόψη η κατάργηση της έκπτωσης του ΦΠΑ που θα γίνει από 1/1/2018 δυνάμει του Ν. 4446/2016

Αρχικά χρειάζεται να προσδιοριστεί το επιδιωκόμενο κέρδος (μετά φόρων) στο ξενοδοχειακό κλάδο, κοινό για όλες τις χώρες προκειμένου να είναι δυνατή η σύγκριση των αποτελεσμάτων. Το κέρδος αυτό είναι δυνατό να θεωρηθεί πως απαιτείται να είναι ίσο τουλάχιστον με το κόστος κεφαλαίου (cost of capital) του Κλάδου. Στην αγορά των ξενοδοχείων στην Ευρώπη το μέσο κόστος κεφαλαίου είναι 10,56% (Damodaran Online, 2017). Με βάση αυτό το επιδιωκόμενο κέρδος μετά φόρων και λαμβάνοντας υπόψη τους φορολογικούς συντελεστές εισοδήματος, εκτιμάται το επιδιωκόμενο κέρδος προ φόρων. Στη συνέχεια, θεωρώντας ένα κοινό κόστος διαμονής (π.χ. € 100) για όλες τις χώρες (για λόγους σύγκρισης), εκτιμάται η τιμή που απαιτείται να έχει το προϊόν διαμονής προκειμένου να επιτευχθεί το επιδιωκόμενο κέρδος προ φόρων. Έχοντας υπόψη το ΦΠΑ διαμονής που επικρατεί στην κάθε χώρα, υπολογίζεται η τελική τιμή του ξενοδοχειακού προϊόντος διαμονής. Καθώς όμως τα ξενοδοχεία, πέραν των υπηρεσιών διαμονής, προσφέρουν και λοιπές υπηρεσίες (όπως π.χ. εστίαση, εκδηλώσεις κλπ) και δεδομένου της διαφορετικής φορολογικής τους αντιμετώπισης, είναι σκόπιμο να γίνει ο σχετικός διαχωρισμός. Ξεκινώντας από ένα συγκεκριμένο κόστος για λοιπές ξενοδοχειακές υπηρεσίες (π.χ. € 20) και ακολουθώντας την ίδια συλλογιστική με τη διαμονή, είναι δυνατό να προσδιοριστεί η τελική της τιμή προκειμένου να επιτευχθεί το επιδιωκόμενο κέρδος.

Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν, πως στην Ελλάδα τα ξενοδοχεία, λόγω υπερφορολόγησης, είναι υποχρεωμένα να θέσουν στο τελικό προϊόν τους τιμές υψηλότερες κατά 3,21% έως 6,77% σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές τους προκειμένου να επιτύχουν αντίστοιχα ποσοστά κέρδους με εκείνα των άλλων χωρών. Το γεγονός βέβαια αυτό θα καθιστούσε το ξενοδοχειακό προϊόν της χώρας λιγότερο ανταγωνιστικό από αυτό των υπολοίπων χωρών. Ως εκ τούτου τα ξενοδοχεία τελικά υποχρεώνονται να συμβιβαστούν με σαφώς χαμηλότερα περιθώρια κέρδους, προκειμένου να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Λαμβανομένου υπόψη τα ευρήματα της εφαρμογής αυτής, το γεγονός ότι η μέση τουριστική δαπάνη στην Ελλάδα είναι χαμηλή, ειδικά σε σύγκριση με εκείνη των ανταγωνιστών, τότε γίνονται απόλυτα

κατανοητοί οι λόγοι για τους οποίους το μέσο περιθώριο κέρδους των ξενοδοχείων της χώρας μετά από φόρους εκτιμάται μόλις στο 1,52% (βλ. ενότητα 2.1). Η υψηλή φορολόγηση των ξενοδοχείων στην Ελλάδα συρρικνώνει τα επίπεδα κερδοφορίας, περιορίζοντας τις δυνατότητές τους να προχωρήσουν σε επενδύσεις και να ενισχύσουν τον αναπτυξιακό τους ρόλο. Συγχρόνως εγκλωβίζονται σε συνθήκες αδυναμίας για την αντιμετώπιση κάποιας έκτακτης δαπάνης, με αποτέλεσμα να τίθενται εν τέλει κίνδυνοι βιωσιμότητας.

Πίνακας 26: Βασικές φορολογικές επιβαρύνσεις ξενοδοχειακού κλάδου ανά χώρα

| Παράμετροι | Ελλάδα | Ισπανία | Κροατία | Ιταλία | Τουρκία | Γαλλία |
|--|--------|---------|---------|--------|---------|--------|
| i. Επιδιωκόμενο κέρδος μετά φόρων | 10,56% | 10,56% | 10,56% | 10,56% | 10,56% | 10,56% |
| ii. Συντελεστής φορολογίας | 29,00% | 25,00% | 18,00% | 27,90% | 20,00% | 33,33% |
| iii. Επιδιωκόμενο κέρδος προ φόρων (=i/(1-ii)) | 14,87% | 14,08% | 12,88% | 14,65% | 13,20% | 15,84% |
| iv. ΦΠΑ διαμονής | 13,00% | 10,00% | 13,00% | 10,00% | 8,00% | 10,00% |
| v. ΦΠΑ λοιπών ξενοδοχειακών υπηρεσιών | 24,00% | 10,00% | 13,00% | 10,00% | 18,00% | 10,00% |
| vi. Ενδεικτικό κόστος υπηρεσίας διαμονής (σε €) | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| vii. Τιμή λαμβανομένου υπόψη του επιδιωκόμενου κέρδους προ φόρων (=vi/(1-iii)) | 117,47 | 116,39 | 114,78 | 117,16 | 115,21 | 118,82 |
| viii. ΦΠΑ (=vii*iv) | 15,27 | 11,64 | 14,92 | 11,72 | 9,22 | 11,88 |
| ix. Τελική τιμή ξενοδοχειακού προϊόντος διαμονής (=vii+viii, σε €) | 132,74 | 128,03 | 129,70 | 128,88 | 124,42 | 130,70 |
| x. Σύγκριση ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος διαμονής με ανταγωνιστές | | 3,68% | 2,34% | 3,00% | 6,69% | 1,56% |
| xi. Ενδεικτικό κόστος λοιπών ξενοδοχειακών υπηρεσιών (σε €) | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| xii. Τιμή λαμβανομένου υπόψη του επιδιωκόμενου κέρδους προ φορών (=ix/(1-iii), σε €) | 23,49 | 23,28 | 22,96 | 23,43 | 23,04 | 23,76 |
| xiii. ΦΠΑ (=xii*v, σε €) | 5,64 | 2,33 | 2,98 | 2,34 | 4,15 | 2,38 |
| xiv. Τελική τιμή λοιπού ξενοδοχειακού προϊόντος (=xii+xiii, σε €) | 29,13 | 25,61 | 25,94 | 25,78 | 27,19 | 26,14 |
| xv. Σύγκριση ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος λοιπών υπηρεσιών με ανταγωνιστές | | 13,78% | 12,31% | 13,03% | 7,15% | 11,45% |
| xvi. Σύνολο τιμής ξενοδοχειακού προϊόντος (=ix+xiv, σε €) | 161,88 | 153,63 | 155,64 | 154,65 | 151,61 | 156,84 |
| xvii. Σύγκριση ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος ανταγωνιστές | | 5,37% | 4,00% | 4,67% | 6,77% | 3,21% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ((European Commission, 2017), (Damodaran Online, 2017) και (OECD, 2017)).

Έχοντας πλέον αποτυπώσει τη χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων, το επίπεδο φορολογίας τους και τη σύγκριση της φορολογικής τους επιβάρυνσης με εκείνη των ανταγωνιστών, είναι δυνατό να εξεταστεί η συνολική τους φοροδοτική ικανότητα.

2.3 Φοροδοτική ικανότητα ξενοδοχειακού κλάδου: δυνατότητες και περιορισμοί

Η φοροδοτική ικανότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων θα προσεγγιστεί μέσα από τις λειτουργικές τους ροές, ώστε να αποτυπωθεί η πραγματική δυναμική της ρευστότητάς τους. Η ανάλυση κρίνεται σκόπιμο να πραγματοποιηθεί ανά κατηγορία ξενοδοχείου, δεδομένων των σημαντικών διαφορών που υπάρχουν ανά κατηγορία αστέρων. Προκειμένου να εκτιμηθούν οι λειτουργικές ροές λαμβάνεται υπόψη το περιθώριο κερδών μετά φόρων, όπως αυτό εκτιμήθηκε μέσα από την ανάλυση αντιπροσωπευτικού δείγματος ξενοδοχείων όλων των κατηγοριών (βλ. ενότητα 2.1). Στη συνέχεια προστίθενται οι λογιστικές αποσβέσεις ώστε να προκύψει το περιθώριο λειτουργικών ροών, μετά την εξυπηρέτηση του λειτουργικού κόστους και των φορολογικών υποχρεώσεων και πριν από την εξυπηρέτηση των δανειακών υποχρεώσεων (αποπληρωμή κεφαλαίων) και την υλοποίηση των επενδυτικών δραστηριοτήτων.

Προκειμένου τώρα να γίνει μια εκτίμηση των «ελεύθερων ροών» των ξενοδοχείων χρειάζεται να ληφθούν υπόψη δύο ακόμα μεγέθη: το ύψος της εξυπηρέτησης του δανεισμού και το μέγεθος των επενδύσεων σε ετήσια βάση. Η εξυπηρέτηση του δανεισμού αφορά στην ετήσια εκροή του ξενοδοχείου για την αποπληρωμή των χρεολυσίων των δανειακών του κεφαλαίων. Ως πληρωμή για επενδυτικές υποχρεώσεις θα θεωρηθούν οι επενδύσεις που πραγματοποιούν τα ξενοδοχεία, με σκοπό κατά βάση να διασφαλίσουν την απρόσκοπτη παροχή των υπηρεσιών τους. Οι εν λόγω δείκτες εκτιμήθηκαν μέσα από τη χρηματοοικονομική ανάλυση των ξενοδοχείων που έγινε στην προηγούμενη ενότητα (βλ. ενότητα 2.1).

Πίνακας 27: Υπολογισμός λειτουργικών ροών ως ποσοστωση επί του κύκλου εργασιών ανά ξενοδοχείο ανά κατηγορία αστέρων

| Παράμετροι | 1* | 2* | 3* | 4* | 5* |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Περιθώριο κερδών μετά φόρων (EAT) | -4,60% | -7,56% | 5,96% | 5,37% | 4,08% |
| Δείκτης αποσβέσεων | 22,83% | 21,52% | 12,15% | 12,52% | 13,83% |
| Περιθώριο λειτουργικών ροών | 18,23% | 13,96% | 18,11% | 17,89% | 17,91% |
| Εξυπηρέτηση δανεισμού (ως % κύκλου εργασιών) | 15,21% | 5,59% | 9,42% | 9,71% | 15,22% |
| Ποσοστό επενδύσεων (ως % κύκλου εργασιών) | 7,04% | 4,44% | 4,85% | 7,29% | 7,11% |
| Απαιτούμενη εκροή για δανεισμό και επενδύσεις | 22,25% | 10,03% | 14,27% | 17,00% | 22,33% |

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από ισολογισμούς εταιρειών ετών 2009-2015 υπό εξέταση δείγματος.

Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως υπάρχουν κατηγορίες ξενοδοχείων, όπως π.χ. τα 1* και 5* που ουσιαστικά οι λειτουργικές τους ροές μετά φόρων εξαντλούνται πλήρως από την ανάγκη εξυπηρέτησης του δανεισμού και από την υλοποίηση των απαιτούμενων επενδύσεων. Ακόμα όμως και στις περιπτώσεις όπου οι λειτουργικές ροές είναι μεγαλύτερες, όπως στις κατηγορίες 2*, 3* και 4* το υπολειπόμενο μέγεθος είναι ιδιαίτερα μικρό, καθιστώντας οποιεσδήποτε δυνατότητες των ξενοδοχείων για περαιτέρω εκροές (π.χ. υλοποίηση νέων επενδύσεων ή αντιμετώπιση έκτακτων δαπανών) απολύτως περιορισμένες. Ουσιαστικά τα στοιχεία υποδηλώνουν, ότι το μέσο τυπικό ξενοδοχείο της χώρας έχει εξαντλήσει τη φοροδοτική του ικανότητα με το

ισχύον φορολογικό καθεστώς, χωρίς μάλιστα να συμπεριλαμβάνονται οι πρόσθετες επιβαρύνσεις που έχουν θεσπιστεί και θα εφαρμοστούν από το επόμενο έτος (όπως π.χ. ο φόρος διαμονής και η κατάργηση της έκπτωσης στο ΦΠΑ). Αν προσμετρηθούν και οι εν λόγω επιβαρύνσεις τότε τίθενται ζήτημα κατά πόσο τα ξενοδοχεία θα εξακολουθήσουν να διαδραματίζουν τον αναπτυξιακό τους ρόλο, καθώς στην περίπτωση αυτή θα υποχρεωθούν να περιορίσουν τις απαιτούμενες επενδύσεις τους, προκειμένου να ανταποκριθούν στα νέα φορολογικά βάρη.

Δεδομένης όμως της ανάγκης διατήρησης και ενίσχυσης των δημοσίων εσόδων, χρειάζεται να εντοπιστούν άλλες, αναξιοποίητες φορολογικά, δυνατότητες που έχει ο τουρισμός. Μια από αυτές είναι και η οικονομία διαμοιρασμού, η οποία, όπως αποτυπώνεται και στην ενότητα που ακολουθεί, έχει τη δυναμική να αποτελέσει έναν «διπολικό μηχανισμό» ενίσχυσης των δημοσίων εσόδων αλλά και φορολογικής εξομάλυνσης των ξενοδοχείων.

3. Οικονομία διαμοιρασμού: Παρούσα κατάσταση, επιπτώσεις και προοπτικές

Η οικονομία διαμοιρασμού (sharing economy) αποτελεί ένα ιδιαίτερα δυναμικό μοντέλο διάθεσης και κατανάλωσης υπηρεσιών και αγαθών, όπου με τη χρήση του διαδικτύου οι πάροχοι έχουν τη δυνατότητα να συναλλάσσονται απευθείας με τους καταναλωτές. Η συναλλακτική αυτή διαδικασία πραγματοποιείται μέσω συνεργατικών ηλεκτρονικών πλατφόρμων που δημιουργούν μια ανοικτή αγορά για την προσωρινή χρήση αγαθών ή υπηρεσιών. Στην οικονομία διαμοιρασμού υπάρχουν τρεις βασικές κατηγορίες εμπλεκόμενων: α) οι πάροχοι υπηρεσιών (ιδιώτες ή επαγγελματίες) που παρέχουν αγαθά, υπηρεσίες, χρόνο και δεξιότητες, β) οι χρήστες των υπηρεσιών / αγαθών και, γ) οι διαμεσολαβητές, που μέσω διαδικτυακών πλατφόρμων συνδέουν παρόχους και χρήστες, διευκολύνοντας τις συναλλαγές τους. Η οικονομία διαμοιρασμού λειτουργεί σε σειρά από οικονομικούς και κοινωνικούς κλάδους, λαμβάνοντας διαστάσεις ειδικά στις περιπτώσεις όπου τα κοινωνικά δίκτυα ασκούν ιδιαίτερη επιρροή.

3.1 Παρούσα κατάσταση οικονομίας διαμοιρασμού και προοπτικές

Η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί μια νέα πραγματικότητα παρουσιάζοντας υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η εξέλιξη και ανάπτυξή της οφείλεται σε μια σειρά παραμέτρων, κοινωνικών, οικονομικών και τεχνολογικών. Οι κοινωνικές παράμετροι απορρέουν από τη δυναμική των σύγχρονων πόλεων και των δυνάμενων που δημιουργούνται, την προώθηση της βιώσιμης κατανάλωσης και συλλογικότητας και γενικότερα το σύγχρονο τρόπο ζωής. Οι οικονομικές παράμετροι σχετίζονται κυρίως με τη μετάβαση των καταναλωτικών συνηθειών σε πιο επιλεκτικές / εξειδικευμένες αγορές, με την ενίσχυση των ευέλικτων μορφών απασχόλησης και με την προώθηση της μικρό-επιχειρηματικότητας. Η μεγαλύτερη όμως κινητήρια δύναμη της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η τεχνολογία, καθώς το φαινόμενο αυτό θα ήταν ακόμη σε πρώιμο

στάδιο αν δεν υπήρχαν οι μεγάλες τεχνολογικές εξελίξεις τόσο στο διαδίκτυο όσο και στις ηλεκτρονικές πληρωμές.

Οι πλατφόρμες διαμοιρασμού έχουν εισχωρήσει σε διάφορους τομείς της οικονομίας, πέντε όμως αποτελούν τους κυριότερους: η διαμονή (διαμοιρασμός σπιτιού / δωματίων), η μεταφορά (διαμοιρασμός μεταφορικού μέσου) οι επαγγελματικές υπηρεσίες (διαμοιρασμός μικροεργασιών, ανταλλαγή τεχνογνωσίας), οι προσωπικές και οικιακές υπηρεσίες (μαγειρική, καθαριότητα) και οι υπηρεσίες χρηματοδότησης (δανεισμός μεταξύ φυσικών προσώπων). Η συνολική αξία των πέντε αυτών τομέων στην Ε.Ε. ξεπέρασε τα € 28 δισ. το 2015 (Πίνακας 21), από € 10 δισ. που ήταν το 2013, δημιουργώντας € 3,6 δισ. καθαρά έσοδα στους παρόχους των προϊόντων και υπηρεσιών, από € 1 δισ. το 2013 (European Commission, 2016). Ο μεγαλύτερος όγκος συναλλαγών (άνω του 50%) δημιουργείται στις υπηρεσίες διαμονής ενώ τα περισσότερα καθαρά έσοδα παράγονται στις υπηρεσίες μεταφορών.

Πίνακας 28: Αξία και έσοδα οικονομίας διαμοιρασμού στην Ευρώπη για το 2015

| Κλάδος Οικονομίας Διαμοιρασμού | Αξία (σε € εκ.) | % Αξίας | Καθαρά Έσοδα (σε € εκ.) | % Καθαρών Εσόδων |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|----------------------------|---------------------|
| Διαμονή | 15.100 | 53,74 | 1.150 | 31,94 |
| Μεταφορά | 5.100 | 18,15 | 1.650 | 45,83 |
| Επαγγελματικές υπηρεσίες | 750 | 2,67 | 100 | 2,78 |
| Προσωπικές και οικιακές υπηρεσίες | 1.950 | 6,94 | 450 | 12,50 |
| Χρηματοδότηση | 5.200 | 18,51 | 250 | 6,94 |
| Σύνολο | 28.100 | 100,00 | 3.600 | 100,00 |

Πηγή: (European Commission, 2016).

Ενδεικτικό του βαθμού διεύθυνσης της οικονομίας διαμοιρασμού ειδικά στις υπηρεσίες διαμονής, είναι το γεγονός ότι η ενοικίαση καταλύματος μέσω σχετικής πλατφόρμας δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως «εναλλακτική» ή «μη ξενοδοχειακή», αλλά αποτελεί μία διαδεδομένη επιλογή διαμονής (Quinby, 2016). Η Ευρωπαϊκή Ένωση Επιχειρήσεων Ξενοδοχείων και Εστίασης (European Association of Hotels Restaurants and Cafes) εκτιμά πως η οικονομία διαμοιρασμού διαθέτει διπλάσιο μέγεθος διαμονής από εκείνο που προσφέρουν τα παραδοσιακά ξενοδοχειακά καταλύματα στην Ευρώπη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Γαλλία, όπου από το σύνολο των διαθέσιμων καταλυμάτων, το 40% διατίθεται μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού (European Tourism Forum, 2016).

Ως προς το βαθμό διάχυσης του φαινομένου στο ευρύ κοινό, είναι χαρακτηριστική η έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που πραγματοποιήθηκε για τη γνώση και χρήση πλατφορμών διαμοιρασμού (European Commission, 2016). Άνω του 50% των ερωτηθέντων δήλωσαν πως αναγνωρίζουν τον όρο της πλατφόρμας διαμοιρασμού, ενώ δύο στους δέκα δήλωσαν ότι τις έχουν χρησιμοποιήσει. Σαφώς υψηλότερα είναι τα ποσοστά αυτά στις νεότερες και καλύτερα εκπαιδευμένες ηλικιακές ομάδες που διαμένουν σε αστικές περιοχές, ενώ πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων που έχουν επισκεφθεί τις πλατφόρμες διαμοιρασμού έχουν παράσχει και υπηρεσίες ή

προϊόντα. Σε επίπεδο χώρας, στη Γαλλία, την Ιρλανδία, την Εσθονία και την Κροατία γίνεται η μεγαλύτερη χρήση ενώ στην Κύπρο, τη Μάλτα και την Τσεχία η μικρότερη.

Η οικονομία διαμοιρασμού διαμονής στην Ελλάδα

Προχωρώντας στην περίπτωση της Ελλάδας, η ενίσχυση του τουριστικού κλάδου τα τελευταία έτη και η αύξηση των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση στους περισσότερους λοιπούς κλάδους, λειτούργησε όπως ήταν αναμενόμενο ενισχυτικά για την οικονομία διαμοιρασμού. Στην εν λόγω έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την οικονομία διαμοιρασμού, προέκυψε πως στην περίπτωση της Ελλάδας το 34% των ερωτηθέντων είτε έχουν ακουστά (25%) είτε έχουν χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες (11%) μιας πλατφόρμας διαμοιρασμού (European Commission, 2016). Στο πλαίσιο αυτό δημιουργήθηκε η ανάγκη ανάπτυξης του σχετικού θεσμικού πλαισίου με στόχο τη ρυθμιστική «ενσωμάτωση» της οικονομίας διαμοιρασμού.

Μια αρχική ρύθμιση είναι αυτή που πραγματοποιήθηκε μέσω του Ν. 4179/2013 (αρ. 46 παρ. 5), όπου προβλέφθηκε η δυνατότητα περιοδικής τουριστικής χρήσης μονοκατοικιών άνω των 100 τ.μ. (τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις), με τον ιδιοκτήτη να απαλλάσσεται από την υποχρέωση έναρξης επιτηδεύματος για την εν λόγω μίσθωση με την προϋπόθεση απόκτησης Ειδικού Σήματος Λειτουργίας. Στη συνέχεια, με το Ν. 4336/2015, καταργήθηκε (από 11/2015) η πρόβλεψη ότι ακίνητα που εκμισθώνονται για προσωρινή διαμονή του μισθωτή για χρονικό διάστημα μικρότερο των 30 ημερών θεωρούνται τουριστικά καταλύματα (απαλλαγή από το ειδικό σήμα λειτουργίας). Κατόπιν ο Ν. 4446/2016 (άρθρο 111) και οι σχετικές τροποποιήσεις αυτού μέσω του Ν. 4465/2017 (άρθρο 36) και του Ν. 4472/2017 (άρθρο 84) προβλέφθηκαν συγκεκριμένες ρυθμίσεις για τη βραχυπρόθεσμη μίσθωση ακινήτων μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού.

Ειδικότερα, οι εν λόγω βραχυχρόνιες μισθώσεις δεν δύναται να ξεπερνούν σε διάρκεια το ένα έτος και υπάγονται σε ορισμένες προϋποθέσεις. Καταρχάς, ο διαχειριστής του ακινήτου οφείλει να εγγραφεί στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής και στη συνέχεια να καταχωρήσει σε αυτό ξεχωριστά το κάθε ακίνητο προς διάθεση. Ο αριθμός καταχώρησης του ακινήτου θα συνοδεύει υποχρεωτικά την ανάρτησή του σε εμφανές σημείο στις ψηφιακές πλατφόρμες και σε κάθε άλλο μέσο προβολής. Επιπροσθέτως, υπάρχει πρόβλεψη για δυνατότητα καθορισμού περαιτέρω περιορισμών και προϋποθέσεων ανά γεωγραφική περιοχή, όπως αυτή της εκμίσθωσης μέχρι δύο ακινήτων ανά ΑΦΜ και τον ορισμό της μέγιστης διάρκειας μίσθωσης κάθε ακινήτου (σε 90 μέρες ετησίως ή σε 60 μέρες ετησίως για τα νησιά με λιγότερους από 10.000 κατοίκους), με δικαίωμα υπέρβασής της μόνο εφόσον τα συνολικά εισοδήματα από μισθώματα ανά ΑΦΜ δεν ξεπερνούν ετησίως τις € 12.000.

Ως προς τη φορολόγηση των εισοδημάτων που αποκτώνται από τη βραχυχρόνια μίσθωση, ακολουθούνται οι ισχύουσες διατάξεις των άρθρων 39 και 40 του Ν.

4172/2013 περί φορολόγησης εισοδημάτων από ακίνητη περιουσία. Στην περίπτωση τώρα, που πέραν των υπηρεσιών διαμονής (διανυκτέρευση, κλινοσκεπάσματα), παρέχονται πρόσθετες υπηρεσίες (όπως π.χ. διατροφή), τότε αυτά θα φορολογούνται ως επιχειρηματική δραστηριότητα (αρ. 21). Στην περίπτωση που το εισόδημα αποκτάται από νομικά πρόσωπα τότε θεωρείται και φορολογείται ως εισόδημα από ακίνητη περιουσία. Επιπρόσθετα, ο διαχειριστής του ακινήτου που δεν διαθέτει Ειδικό Σήμα Λειτουργίας (Ε.Σ.Λ.) υποχρεούται στην υποβολή Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής. Σε περίπτωση που διαχειριστής και ιδιοκτήτης είναι διαφορετικά πρόσωπα, τότε ο ιδιοκτήτης οφείλει να υποβάλει Δήλωση Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας, όπου, εκτός των άλλων, καταχωρεί τα στοιχεία του διαχειριστή των ακινήτων του. Βάσει του ίδιου Νόμου, οι Δημόσιες Αρχές έχουν το δικαίωμα να ζητήσουν από τις ψηφιακές πλατφόρμες κάθε πληροφορία που είναι απαραίτητη για την ταυτοποίηση των διαχειριστών των ακινήτων, καθώς και των ακινήτων που αναρτώνται σε αυτές. Αυτό επιτρέπει τη διενέργεια ελέγχων και ταυτοποίησης των καταχωρημένων ακινήτων και την επιβολή προστίμων στην περίπτωση παραβάσεων (π.χ. μη δήλωση εισοδήματος από βραχυχρόνια μίσθωση).

Να σημειωθεί πως η θεσμική ρύθμιση της οικονομίας διαμοιρασμού, πέραν της Ελλάδας, έχει απασχολήσει πολλές άλλες χώρες. Στην Ιταλία π.χ., έχει εγκριθεί από τον Μάιο του 2017 νομοσχέδιο για μισθώσεις μεταξύ ιδιωτών που δεν ξεπερνούν σε διάρκεια τις 30 ημέρες. Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες, ως διαμεσολαβητές, υποχρεούνται να συμμετέχουν στη συλλογή δεδομένων σχετικά με τις μισθώσεις, υποβάλλοντας τα αντίστοιχα δεδομένα στην αρμόδια για τα έσοδα ιταλική αρχή (Lovicchio, 2017). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και η Γαλλία, όπου δεκαεπτά πόλεις συμπεριλαμβανομένου και του Παρισιού, έχουν συμφωνήσει με τις πλατφόρμες διαμοιρασμού διαμονής τη χρέωση φόρου ανά διανυκτέρευση, ισόποσο με αυτόν που καταβάλλεται στα ξενοδοχεία. Επίσης, έχουν συμφωνήσει την αυτόματη αποστολή στοιχείων φορολογίας στις αρμόδιες αρχές (Agnew, 2017).

Προοπτικές και ζητήματα οικονομίας διαμοιρασμού διαμονής

Αποτελεί γεγονός ότι η οικονομία διαμοιρασμού έχει δημιουργήσει νέες ευκαιρίες τόσο στους παρόχους των υπηρεσιών όσο και στους καταναλωτές. Είναι επίσης γεγονός ότι, υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, η οικονομία διαμοιρασμού δύναται να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, να προάγει τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, να ενθαρρύνει ευέλικτες μορφές εργασίας, να δημιουργήσει νέες πηγές εισοδήματος και να δώσει στους πολίτες τη δυνατότητα της μικρο-επιχειρηματικότητας. Από την πλευρά των καταναλωτών, η οικονομία διαμοιρασμού δύναται να δημιουργήσει οφέλη μέσα από την προσφορά νέων υπηρεσιών, την παροχή χαμηλότερων τιμών και την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2016). Ωστόσο, η αδόμητη λειτουργία της εγείρει ζητήματα που καταρχάς σχετίζονται με το καθεστώς ευθύνης, την προστασία των χρηστών, την προστασία των παρόχων υπηρεσιών, τη φορολόγηση και γενικότερα τον έλεγχο των διαδικασιών και συναλλαγών. Το κεντρικό

ερώτημα βέβαια που υπάρχει είναι σε ποιο βαθμό οι πάροχοι υπηρεσιών οικονομίας διαμοιρασμού υπόκεινται στους ισχύοντες κανόνες και όρους της αγοράς που αφορούν κατά βάση τις απαιτούμενες εγκρίσεις και άδειες για την παροχή των υπηρεσιών καθώς και την ίση φορολογική μεταχείριση.

Λαμβανομένου υπόψη πως η οικονομία διαμοιρασμού δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως μια εναλλακτική αλλά ως μια παράλληλη αγορά, κρίσιμο στοιχείο αποτελεί ο βαθμός υποκατάστασης των υπηρεσιών που προσφέρει ως προς αυτές που προσφέρουν οι υπάρχοντες (παραδοσιακοί) πάροχοι. Ειδικότερα, στην περίπτωση της διαμονής το φαινόμενο της υποκατάστασης μεταξύ των ξενοδοχείων και των καταλυμάτων της οικονομίας διαμοιρασμού προκαλεί απώλεια εσόδων στο ξενοδοχειακό κλάδο, γεγονός που δημιουργεί προβλήματα ειδικά στις περιπτώσεις χωρών όπου τα ξενοδοχεία έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομία. Το μέγεθος της απώλειας εξαρτάται βέβαια από το βαθμό υποκατάστασης μεταξύ των δύο μορφών διαμονής. Επιπρόσθετα, στις περιπτώσεις όπου το φορολογικό πλαίσιο δεν είναι αυστηρό ή υπάρχουν αδυναμίες στην αποτελεσματικότητα του φορολογικού μηχανισμού, η μείωση των εσόδων των ξενοδοχείων θα οδηγήσει και σε απώλειες σε επίπεδο δημοσίων εσόδων. Τέλος, δημιουργούνται ζητήματα αθέμιτου ανταγωνισμού στις περιπτώσεις εκείνες όπου η οικονομία διαμοιρασμού στη διαμονή προσφέρει εν τέλει υποκατάστατες υπηρεσίες σε σχέση με τα ξενοδοχεία, φέρει όμως σαφώς πιο ευέλικτο ρυθμιστικό πλαίσιο, λιγότερους κανόνες συμμόρφωσης και χαμηλότερη φορολογική επιβάρυνση. Το πρόβλημα αναδεικνύεται μέσα από την ποσοτικοποίηση των επιπτώσεων που υπάρχουν, όπου ειδικά σε περιπτώσεις όπως η Ελλάδα, είναι ιδιαίτερα κρίσιμο και απαιτητό η ποσοτικοποίηση αυτή να πραγματοποιηθεί.

3.2 Επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού και απώλειες δημόσιων εσόδων

Η ποσοτικοποίηση της επίπτωσης της οικονομίας διαμοιρασμού στη διαμονή γίνεται να πραγματοποιηθεί μέσα από 3 βασικά βήματα: α) την εκτίμηση της απώλειας των εσόδων των ξενοδοχείων λόγω διαμονής τουριστών σε καταλύματα οικονομίας διαμοιρασμού και την επίπτωση της απώλειας αυτής στα έσοδα του κράτους, β) τα δημόσια έσοδα που (δυστυχώς) γίνεται να υπάρξουν από τη δήλωση των εισοδημάτων βραχυπρόθεσμων μισθωμάτων και, γ) των δημοσίων εσόδων που γίνεται να υπάρξουν στην περίπτωση της ίσης φορολογικής μεταχείρισης της οικονομίας διαμοιρασμού με τα ξενοδοχεία. Κάθε βήμα περιλαμβάνει επιμέρους βήματα (στάδια), απαραίτητα για τους σχετικούς υπολογισμούς των τελικών ζητούμενων μεγεθών. Επιπρόσθετα θα διερευνηθεί η διαχρονική τους εξέλιξη.

Μεθοδολογία και στοιχεία εργασίας

Προκειμένου να εκτιμηθεί η επίπτωση της οικονομίας διαμοιρασμού στα έσοδα του ξενοδοχειακού κλάδου, απαιτείται αρχικά να προσδιοριστεί το σύνολο των

διανυκτερεύσεων που πραγματοποιείται σε καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού. Η εκτίμηση διενεργείται μέσω δύο μεθόδων, την άμεση (με βάση τον αριθμό των διαθέσιμων ακινήτων) και την έμμεση (με βάση τον αριθμό των διανυκτερεύσεων). Από το σύνολο των διανυκτερεύσεων της οικονομίας διαμοιρασμού θα εκτιμηθεί η συνολική τουριστική δαπάνη των επισκεπτών της καθώς και ο διαχωρισμός της δαπάνης σε διαμονή και λοιπές υπηρεσίες. Κρίσιμο στοιχείο είναι ο βαθμός υποκατάστασης της οικονομίας διαμοιρασμού προς τα ξενοδοχεία, που θα προσδιορίσει και το μέγεθος της απώλειας των εσόδων των ξενοδοχείων. Η εκτίμηση του ύψους της απώλειας των εσόδων των ξενοδοχείων θα επιτρέψει την εκτίμηση της επίπτωσης που θα επέλθει σε επίπεδο θέσεων εργασίας και δημόσιων εσόδων. Σημειώνεται πως στους υπολογισμούς των επιπτώσεων θα ληφθούν υπόψη και οι θετικές επιδράσεις που δημιουργούνται από την οικονομία διαμοιρασμού προκειμένου να αποτυπωθεί η τελική της επίπτωση και να μην υπάρξει κάποια μονομερής (μεροληπτική) εκτίμηση (Πίνακας 29). Επίσης οι σχετικοί υπολογισμοί θα αφορούν την περίοδο 2015-2017 προκειμένου να αναδειχθεί η διαχρονική εξέλιξη των μεγεθών. Σημειώνεται πως τα μεγέθη για το 2017 αποτελούν εκτίμηση βάσει της δυναμικής και ιστορικής εξέλιξης των μεγεθών.

Πίνακας 29: Βήματα εκτίμησης των επιπτώσεων της οικονομίας διαμοιρασμού

| Άμεση μέθοδος | Έμμεση μέθοδος |
|---|--|
| Διαφοροποίηση βημάτων ανά μέθοδο | |
| 1. Καταγραφή καταχωρήσεων διαμονής σε βάσεις δεδομένων οικονομίας διαμοιρασμού | 1. Υπολογισμός διανυκτερεύσεων τουριστών |
| 2. Υπολογισμός ακινήτων | 2. Εκτίμηση μέγιστου αριθμού διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία |
| 3. Εκτίμηση του μέσου αριθμού κλινών ανά ακίνητο και των συνολικά διαθέσιμων κλινών | 3. Υπολογισμός διανυκτερεύσεων σε τρίτα καταλύματα (ενοικιαζόμενα ή συγγενικών προσώπων) |
| Κοινά βήματα μεθόδων | |
| 4. Εκτίμηση ετήσιων διανυκτερεύσεων οικονομίας διαμοιρασμού | |
| 5. Υπολογισμός εσόδων οικονομίας διαμοιρασμού (διαχωρισμένα σε μέγεθος διαμονής και μέγεθος για λοιπές υπηρεσίες) | |
| 6. Διαχωρισμός μεγέθους σε υποκατάστατο και σε συμπληρωματικό μέρος | |
| 7. Υπολογισμός διαφυγόντων εσόδων ξενοδοχείων | |
| 8. Εκτίμηση απωλειών σε θέσεις εργασίας | |
| 9. Εύρεση απώλειας σε επίπεδο δημοσίων εσόδων | |
| 10. Προσδιορισμός θετικών επιδράσεων | |
| 11. Εκτίμηση δυνητικής συμβολής οικονομίας διαμοιρασμού στα δημόσια έσοδα | |

Έχοντας ως αφετηρία τα προαναφερθέντα μεθοδολογικά βήματα, είναι απαραίτητο στη συνέχεια να εντοπιστούν τα κρίσιμα μεγέθη για το σύνολο της εξεταζόμενης περιόδου. Τα μεγέθη αφορούν στον τομέα διαμονής μέσω οικονομίας διαμοιρασμού, στον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο, καθώς και στο σχετικό νομοθετικό και φορολογικό πλαίσιο της χώρας. Ειδικότερα, το πρώτο μέγεθος αφορά τη μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση στα ακίνητα της οικονομίας διαμοιρασμού. Το μέγεθος αυτό θα είναι αποτέλεσμα της συνολικής δαπάνης ανά διανυκτέρευση και της μέσης τιμής ανά κλίνη στα καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού. Μέσω αυτών των μεγεθών θα προκύψει και η μέση δαπάνη για λοιπές τουριστικές υπηρεσίες (π.χ. διατροφή, τοπικές

μεταφορές, ξεναγήσεις, επισκέψεις σε μουσεία, κλπ). Επόμενο απαιτούμενο μέγεθος είναι ο βαθμός συμπληρωματικότητας της οικονομίας διαμοιρασμού, δηλαδή ο βαθμός στον οποίο οι τουρίστες της οικονομίας διαμοιρασμού δεν θα πραγματοποιούσαν το ταξίδι τους αν δεν είχαν αυτήν την επιλογή. Μέσω του μεγέθους αυτού θα προκύψει και ο σχετικός βαθμός υποκατάστασης, δηλαδή το μέρος των τουριστών εκείνων που αν δεν υπήρχε η οικονομία διαμοιρασμού θα κατευθύνονταν στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Σχετικές έρευνες δείχνουν πως περίπου ένα 30% των επισκεπτών των καταλυμάτων της οικονομίας διαμοιρασμού δεν θα πραγματοποιούσε το ταξίδι αν δεν υπήρχε αυτή η εναλλακτική ((HNN, 2015), (D' Astolfo, 2015) και (Yaraghi & Ravi, 2017)). Άρα το προϊόν διαμονής της οικονομίας διαμοιρασμού λειτουργεί κατά περίπου 30% συμπληρωματικά και κατά περίπου 70% υποκατάστατα προς τα ξενοδοχεία. Από τα σχετικά μεγέθη προκύπτει ότι υπάρχει μια μείωση της συνολικής τουριστικής δαπάνης, γεγονός που συνδέεται με τη μείωση της μέσης τιμής ανά κλίνη και με το γενικότερο προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα. Η μείωση της μέσης τιμής ανά κλίνη είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η δαπάνη για λοιπές υπηρεσίες. Επιπρόσθετα, το ποσοστό επισκεψιμότητας λόγω οικονομίας διαμοιρασμού εμφανίζει μικρή διαχρονική αύξηση, χωρίς ωστόσο να διαφοροποιείται το γεγονός ότι η οικονομία διαμοιρασμού λειτουργεί κατά βάση ως υποκατάστατο της αγοράς των ξενοδοχείων. Τα μεγέθη αυτά χρησιμοποιούνται στους σχετικούς υπολογισμούς της άμεσης και της έμμεσης μεθόδου προκειμένου να εκτιμηθούν οι διανυκτερεύσεις και η τουριστική δαπάνη της οικονομίας διαμοιρασμού.

Πίνακας 30: Βασικά μεθοδολογικά μεγέθη

| Παράμετροι | 2015 | 2016 | 2017* | Πηγές - Παρατηρήσεις |
|--|-------|-------|-------|---|
| A. Συνολική τουριστική δαπάνη ανά μέρα (σε €) | 75,13 | 68,28 | 68,23 | Τράπεζα Ελλάδος, στατιστικά στοιχεία, ταξιδιωτικές υπηρεσίες |
| B. Μέση τιμή ανά κλίνη ανά διανυκτέρευση καταλυμάτων οικονομίας διαμοιρασμού (σε €) | 43,72 | 40,35 | 33,64 | Δειγματοληπτική έρευνα σε πλατφόρμες προσφοράς καταλυμάτων οικονομίας διαμοιρασμού |
| Γ. Μέση τουριστική δαπάνη ανά μέρα για λοιπές υπηρεσίες (εκτός διαμονής) (σε €) | 31,41 | 27,93 | 34,59 | Υπολογιστικό αποτέλεσμα (= σύνολο δαπάνης - μέση τιμή κλίνης καταλυμάτων οικονομίας διαμοιρασμού) |
| Δ. Ποσοστό επισκεψιμότητας λόγω οικονομίας διαμοιρασμού (βαθμός συμπληρωματικότητας) | 30,00 | 30,78 | 31,57 | (HNN, 2015), Phocuswright, 2015 και (Yaraghi & Ravi, 2017) |

*: εκτίμηση

Προκειμένου να γίνουν οι σχετικές αυτές εκτιμήσεις χρειάζεται να προσδιοριστούν, ανά μέθοδο, οι υπόλοιπες παράμετροι. Ξεκινώντας από την άμεση μέθοδο, απαιτείται καταρχάς να προσεγγιστεί ο αριθμός των καταλυμάτων που διατίθενται μέσω οικονομίας διαμοιρασμού. Ο αριθμός των καταλυμάτων θα προσεγγιστεί μέσω του αριθμού των καταχωρήσεων που υπάρχουν στις αντίστοιχες πλατφόρμες (Airbnb, TripAdvisor, Booking, Homeaway, κ.α.). Δεδομένου ότι ένα ακίνητο καταχωρείται σε

περισσότερες από μια βάσεις, χρειάζεται να ληφθεί υπόψη ο βαθμός αλληλοεπικάλυψης που υπάρχει μεταξύ των πλατφόρμων. Επίσης χρειάζεται να εξαιρεθούν από τους υπολογισμούς τα ακίνητα που διαθέτουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας και ουσιαστικά λειτουργούν ως ενοικιαζόμενα δωμάτια. Ο αριθμός της οικονομίας διαμοιρασμού προσεγγίζεται από τη διαφορά του καθαρού (χωρίς αλληλοεπικαλύψεις) αριθμού των ακινήτων σε πλατφόρμες οικονομίας διαμοιρασμού και των ακινήτων που διαθέτουν ειδικό σήμα λειτουργίας. Στη συνέχεια εντοπίζεται ο μέσος αριθμός κλινών ανά ακίνητο και, μέσω του ποσοστού πληρότητας, εκτιμάται το σύνολο των ετήσιων διανυκτερεύσεων που γίνονται σε καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού. Έπειτα, λαμβάνοντας υπόψη τη μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση για διαμονή και για λοιπές υπηρεσίες, εκτιμάται το σύνολο της τουριστικής δαπάνης της οικονομίας διαμοιρασμού στην εξεταζόμενη περίοδο.

Πίνακας 31: Τουριστικό προϊόν οικονομίας διαμοιρασμού βάσει άμεσης μεθόδου

| Παράμετροι | 2015 | 2016 | 2017* | Πηγές - Παρατηρήσεις |
|---|---------------|---------------|---------------|--|
| I. Σύνολο καταχωρήσεων σε πλατφόρμες διάθεσης ακινήτων | 87.057 | 95.645 | 106.452 | Έρευνα σε σχετικές ιστοσελίδες (βλ. Παράρτημα) |
| II. Βαθμός αλληλοεπικάλυψης (%) | 40,00 | 40,00 | 40,00 | Αντιπροσωπευτική δειγματοληπτική έρευνα στις πλατφόρμες |
| III. Σύνολο ακινήτων (=I*II) | 52.234 | 57.387 | 63.871 | Υπολογισμός βάσει καταχωρήσεων επί % αλληλοεπικαλύψεων |
| IV. Ακίνητα με ειδικό σήμα | 20.893 | 21.233 | 21.716 | Εκτίμηση βάσει ειδικών παραμέτρων σε κάθε ιστοσελίδα |
| V. Ακίνητα οικονομίας διαμοιρασμού (=III-IV) | 31.341 | 36.154 | 42.155 | Υπολογισμός βάσει συνόλου ακινήτων μείον ακινήτων με ειδικό σήμα |
| VI. Μέσος αριθμός κλινών ανά ακίνητο | 6,83 | 6,60 | 6,57 | Αντιπροσωπευτική δειγματοληπτική έρευνα στις πλατφόρμες |
| VII. Σύνολο διαθέσιμων κλινών (=V*VI) | 214.059 | 238.616 | 276.958 | Υπολογισμός βάσει μη πιστοποιημένων ακινήτων επί αριθμού κλινών |
| VIII. Μέσος αριθμός ημερών ενοικίασης ετησίως | 89,79 | 91,58 | 92,50 | Σχετικές έρευνες για πληρότητα ακινήτων οικονομίας διαμοιρασμού (Yaraghi & Ravi, 2017) |
| IX. Σύνολο ετησίων διανυκτερεύσεων σε καταλύματα οικονομίας διαμοιρασμού (=VII*VIII) | 19.220.360 | 21.853.874 | 25.619.107 | Υπολογισμός βάσει διαθέσιμων κλινών επί ημερών ενοικίασης |
| X. Τουριστική δαπάνη για διαμονή μέσω οικονομίας διαμοιρασμού (σε €, =IX*B) | 840.314.152 | 881.803.811 | 861.826.745 | Υπολογισμός βάσει αριθμού διανυκτερεύσεων και μέσης τιμής ανά κλίνη |
| XI. Τουριστική δαπάνη για λοιπές υπηρεσίες μέσω οικονομίας διαμοιρασμού (σε €, =IX*Γ) | 603.759.733 | 610.395.358 | 886.251.075 | Υπολογισμός βάσει αριθμού διανυκτερεύσεων και δαπάνης για λοιπές υπηρεσίες |
| XII. Σύνολο τουριστικής δαπάνης οικονομίας | 1.444.073.886 | 1.492.199.169 | 1.748.077.820 | Άθροισμα δαπάνης για διαμονή και λοιπές |

διαμοιρασμού (σε €, =
X+XI)

υπηρεσίες

*: εκτίμηση

Προχωρώντας τώρα στην εφαρμογή της έμμεσης μεθόδου, λαμβάνονται αρχικά υπόψη οι αφίξεις τουριστών και η μέση διάρκεια παραμονής τους, τόσο των μεμονωμένων όσο και των οργανωμένων επισκεπτών. Επίσης, εντοπίζεται ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα στην εξεταζόμενη περίοδο και υπολογίζεται το σύνολο των πραγματοποιημένων διανυκτερεύσεων. Στη συνέχεια, εκτιμάται ο μέγιστος αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία, μέσα από τις διαθέσιμες κλίνες και την πληρότητά, ενώ αποτυπώνεται και ο αριθμός διανυκτερεύσεων σε συγγενείς / φιλικά πρόσωπα και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια. Μέσα από τα μεγέθη αυτά προκύπτει το σύνολο των διανυκτερεύσεων σε καταλύματα οικονομίας διαμοιρασμού και ως εκ τούτου το σύνολο της σχετικής τουριστικής δαπάνης.

Πίνακας 32: Τουριστικό προϊόν οικονομίας διαμοιρασμού βάσει έμμεσης μεθόδου

| Παράμετροι | 2015 | 2016 | 2017* | Πηγές - Παρατηρήσεις |
|--|-------------|-------------|-------------|---|
| I. Αφίξεις αλλοδαπών στη χώρα (μεμονωμένοι επισκέπτες) | 20.508.674 | 20.989.060 | 21.828.622 | (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017) |
| II. Μέση παραμονή μεμονωμένων επισκεπτών (σε μέρες) | 7,10 | 7,05 | 7,01 | (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017) |
| III. Διανυκτερεύσεις μεμονωμένων αλλοδαπών τουριστών (=I*II) | 145.699.913 | 147.876.602 | 153.099.600 | Υπολογισμός βάσει σχετικών αφίξεων επί μέσης παραμονής |
| IV. Αφίξεις αλλοδαπών στη χώρα (οργανωμένα ταξίδια) | 5.605.554 | 7.081.773 | 7.247.654 | (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017) |
| V. Μέση παραμονή οργανωμένων ταξιδιωτών (σε μέρες) | 7,55 | 6,43 | 6,40 | (Τράπεζα της Ελλάδος, 2017) |
| VI. Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών μέσω οργανωμένων ταξιδιών (=IV*V) | 42.312.080 | 45.542.148 | 46.399.172 | Υπολογισμός βάσει σχετικών αφίξεων επί μέσης παραμονής |
| VII. Διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών | 13.201.273 | 13.354.639 | 13.509.787 | (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017) |
| VIII. Σύνολο διανυκτερεύσεων (=III+VI+VII) | 201.213.266 | 206.773.389 | 213.008.559 | Άθροισμα επιμέρους διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών |
| IX. Διαθέσιμες κλίνες σε ξενοδοχειακά καταλύματα | 784.315 | 788.553 | 793.679 | (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017) |
| X. Ετήσια πληρότητα καταλυμάτων (%) | 49,10 | 50,08 | 50,58 | (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017) |
| XI. Αριθμός διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία (=IX*X) | 140.561.013 | 144.146.936 | 146.534.730 | Υπολογισμός βάσει διαθέσιμων κλινών επί ποσοστό πληρότητας |
| XII. Διανυκτερεύσεις σε συγγενείς ή φιλικά πρόσωπα | 16.755.490 | 16.118.550 | 16.687.856 | (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017) |
| XIII. Διανυκτερεύσεις σε ενοικιαζόμενα δωμάτια | 24.298.322 | 24.541.305 | 24.786.718 | (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017) |
| XIV. Σύνολο διανυκτερεύσεων σε φιλικά συγγενικά σπίτια και ενοικιαζόμενα δωμάτια | 41.053.812 | 40.659.855 | 41.474.575 | Σύνολο διανυκτερεύσεων σε συγγενείς ή φιλικά πρόσωπα και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια |

| (=XII+XIII) | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---|
| XV. Σύνολο ετήσιων διανυκτερεύσεων σε καταλύματα οικονομίας διαμοιρασμού (=VIII-XI-XIV) | 19.598.441 | 21.966.598 | 24.999.254 | Υπολογισμός βάσει συνόλου διανυκτερεύσεων μείον διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία, σε φιλικά – συγγενικά σπίτια και ενοικιαζόμενα δωμάτια |
| XVI. Τουριστική δαπάνη για διαμονή μέσω οικονομίας διαμοιρασμού, σε € (=XV*Β) | 856.843.846 | 886.352.219 | 840.974.905 | Υπολογισμός βάσει αριθμού διανυκτερεύσεων και μέσης τιμής ανά κλίνη |
| XVII. Τουριστική δαπάνη για λοιπές υπηρεσίες μέσω οικονομίας διαμοιρασμού, σε € (=XV*Γ) | 615.636.200 | 613.543.821 | 864.808.290 | Υπολογισμός βάσει αριθμού διανυκτερεύσεων και δαπάνης για λοιπές υπηρεσίες |
| XVIII. Σύνολο τουριστικής δαπάνης οικονομίας διαμοιρασμού, σε € (=XVI+XVII) | 1.472.480.046 | 1.499.896.040 | 1.705.783.195 | Άθροισμα δαπάνης για διαμονή και λοιπές υπηρεσίες |

*: εκτίμηση

Πέραν των ανωτέρω στοιχείων, προκειμένου να εκτιμηθεί η επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού στα έσοδα του δημοσίου, χρειάζεται να ληφθεί υπόψη το φορολογικό και ασφαλιστικό καθεστώς που ισχύει στον τουριστικό κλάδο. Σύμφωνα με το Ν. 4334/2015, υπάρχει διάκριση για το ύψος του ΦΠΑ στον τουριστικό κλάδο, αναλόγως αν αφορά υπηρεσίες διαμονής ή λοιπές τουριστικές υπηρεσίες. Ο προσδιορισμός τέλους των ασφαλιστικών εισφορών των ξενοδοχοϋπάλληλων γίνεται σε επίπεδο εισφορών εργοδότη και εισφορών ασφαλισμένου, λαμβάνοντας υπόψη το ισχύον ασφαλιστικό πλαίσιο. Δεδομένου του βαθμού υποκατάστασης της οικονομίας διαμοιρασμού προς τα ξενοδοχεία, προκύπτει ότι η εν λόγω αγορά προκαλεί απώλεια στα έσοδα των ξενοδοχείων. Η απώλεια αυτή οδηγεί σε μείωση των δημοσίων εσόδων και των θέσεων απασχόλησης, καθώς υπάρχει διαφορετική φορολογική μεταχείριση των δύο κλάδων και διαφορετικές απαιτήσεις στην απασχολούμενη εργασία.

Πίνακας 33: Τιμές εργασίας για φορολογία και ασφαλιστικές εισφορές

| Παράμετροι | 2015 | 2016 | 2017 | Πηγές - Παρατηρήσεις |
|--|--------|--------|--------|---|
| ΦΠΑ υπηρεσιών διαμονής | 11,83% | 12,42% | 12,73% | Επεξεργασία διατάξεων Ν. 4334/2015, Ν. 4446/2016, ΠΟΛ.1224/12.10.2015 και ΠΟΛ 1061/2016 |
| ΦΠΑ λοιπών υπηρεσιών | 20,93% | 22,52% | 23,50% | Επεξεργασία διατάξεων Ν. 4334/2015, Ν. 4446/2016, ΠΟΛ.1224/12.10.2015 και ΠΟΛ 1061/2016 |
| Δημοτικά τέλη και τέλη παρεπιδημούντων | 1,00% | 1,00% | 1,00% | Ν. 3756/2009, όπως ισχύει |
| Φορολογία ξενοδοχείων | 29% | 29% | 29% | Ν. 4334/2015, όπως ισχύει |
| Σύνολο ασφαλιστικών εισφορών εργαζομένου | 20,65% | 20,65% | 20,65% | Επεξεργασία στοιχείων από Ν. 4387/2016 και εγκύκλιο Ι.Κ.Α. Αρ. 63/28.11.2014 |
| Σύνολο ασφαλιστικών εισφορών εργοδότη | 28,78% | 28,78% | 28,78% | Επεξεργασία στοιχείων από Ν. 4387/2016 και εγκύκλιο Ι.Κ.Α. Αρ. 63/28.11.2014 |

Αποτελέσματα

Οι σχετικοί υπολογισμοί που πραγματοποιήθηκαν κατέληξαν ότι το μέγεθος της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουριστικό κλάδο στη χώρα εκτιμάται σε € 1,71 δισ. με € 1,75 δισ. για το 2017, καταγράφοντας μια έντονα αυξητική τάση σε σχέση με το 2015 (ύψους ~9% κατά μέσο όρο ετησίως). Από το μέγεθος αυτό, το 50% περίπου αφορά τη δαπάνη για διαμονή και το 50% για λοιπές τουριστικές υπηρεσίες. Ένα μέρος του ποσού αυτού λειτουργεί συμπληρωματικά στο ξενοδοχειακό κλάδο, ενώ ένα άλλο είναι υποκατάστατο, μειώνοντας ουσιαστικά τα έσοδα των ξενοδοχείων. Η εκτίμηση του υποκατάστατου μέρους για διαμονή θα χρησιμοποιηθεί ως βάση προκειμένου να υπολογιστεί η απώλεια στα έσοδα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Πίνακας 34: Μέγεθος οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό (σε € εκ.)

| Παράμετροι | Άμεση μέθοδος | | | Έμμεση μέθοδος | | |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2015 | 2016 | 2017* | 2015 | 2016 | 2017* |
| Σύνολο τουριστικής δαπάνης οικονομίας διαμοιρασμού | 1.444,07 | 1.492,20 | 1.748,08 | 1.472,48 | 1.499,90 | 1.705,78 |
| Υποκατάστατο μέρος | 1.010,85 | 1.032,97 | 1.196,21 | 1.030,74 | 1.038,30 | 1.167,27 |
| <i>Δαπάνη για διαμονή</i> | <i>588,22</i> | <i>610,43</i> | <i>589,75</i> | <i>599,79</i> | <i>613,58</i> | <i>575,48</i> |
| <i>Δαπάνης για λοιπές υπηρεσίες</i> | <i>422,63</i> | <i>422,55</i> | <i>606,46</i> | <i>430,95</i> | <i>424,73</i> | <i>591,79</i> |
| Συμπληρωματικό μέρος | 433,22 | 459,22 | 551,87 | 441,74 | 461,59 | 538,52 |
| <i>Δαπάνη για διαμονή</i> | <i>252,09</i> | <i>271,38</i> | <i>272,08</i> | <i>257,05</i> | <i>272,77</i> | <i>265,50</i> |
| <i>Δαπάνης για λοιπές υπηρεσίες</i> | <i>181,13</i> | <i>187,85</i> | <i>279,79</i> | <i>184,69</i> | <i>188,82</i> | <i>273,02</i> |

*: εκτίμηση

Το υποκατάστατο μέγεθος της δαπάνης για διαμονή αποτυπώνει πρακτικά τη μείωση των ακαθάριστων εσόδων των ξενοδοχείων λόγω της οικονομίας διαμοιρασμού. Από το ποσό αυτό χρειάζεται να εξαιρεθεί ο αναλογούν ΦΠΑ και τα δημοτικά τέλη που συμπεριλαμβάνονται στις τιμολογήσεις των ξενοδοχείων, έτσι ώστε να βρεθεί η τελική επίδραση στον κύκλο εργασιών τους. Η διαφυγή εσόδων στα ξενοδοχεία προκαλεί απώλειες και σε επίπεδο θέσεων εργασίας, άρα και ασφαλιστικών εισφορών, που θα υπήρχαν σε περίπτωση όπου η οικονομία διαμοιρασμού δεν απορροφούσε μερίδιο από τη ξενοδοχειακή αγορά. Ο υπολογισμός των θέσεων εργασίας λαμβάνει υπόψη τη συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ τουριστικής δαπάνης για διαμονή και θέσεων εργασίας που δημιουργούνται αντίστοιχα στα ξενοδοχεία (World Travel and Tourism Council, 2015). Επίσης, για την απώλεια του δημοσίου σε ασφαλιστικές εισφορές λαμβάνεται υπόψη ο μέσος μηνιαίος ονομαστικός μισθός στα ξενοδοχεία (€ 1.000 για το 2015, € 993 το 2016 και € 973 το 2017, βλ. (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2017)) και η μέση διάρκεια απασχόλησης κάθε πρόσθετου ατόμου (ίση με 3 μήνες/έτος). Μέσω των στοιχείων αυτών, υπολογίζεται και ο πρόσθετος φόρος εισοδήματος που θα κατέβαλαν τα ξενοδοχεία σε περίπτωση που δεν υπήρχε η εκτιμώμενη διαφυγή στα έσοδά τους λόγω της οικονομίας διαμοιρασμού. Για τον υπολογισμό του φόρου εισοδήματος λαμβάνεται υπόψη η επίδραση που θα είχε ο πρόσθετος κύκλος εργασιών σε επίπεδο κέρδους.

Με τον τρόπο αυτό εκτιμάται το ύψος των δημοσίων εσόδων που θα προέκυπταν σε περίπτωση που δεν υφίσταντο οι απώλειες των ξενοδοχείων από την οικονομία διαμοιρασμού. Από τους σχετικούς υπολογισμούς προκύπτει ότι λόγω της οικονομίας διαμοιρασμού τα ξενοδοχειακά καταλύματα έχουν απώλεια στα έσοδά τους, μεγέθους ~ € 525 εκ. ετησίως, ενώ από την αγορά «χάνονται» 13.680 θέσεις εργασίας (μέσοι όροι άμεσης και έμμεσης μεθόδου για την εξεταζόμενη περίοδο) που θα είχαν δημιουργηθεί αν δεν υπήρχαν διαφυγόντα έσοδα στα καταλύματα. Αν τα έσοδα αυτά υπήρχαν στα ξενοδοχεία, τα δημόσια έσοδα θα ήταν αυξημένα κατά περίπου € 128 εκ. σε ετήσια βάση κατά μέσο όρο.

Πίνακας 35: Απώλεια δημοσίων εσόδων λόγω αποτελέσματος υποκατάστασης στη διαμονή (σε € εκ.)

| Παράμετροι | Άμεση μέθοδος | | | Έμμεση μέθοδος | | |
|---|---------------|--------|--------|----------------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017* | 2015 | 2016 | 2017* |
| I. Μέγεθος οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή - υποκατάστατο μέρος | 588,22 | 610,43 | 589,75 | 599,79 | 613,58 | 575,48 |
| II. Αναλογών ΦΠΑ διαμονής | 64,39 | 66,82 | 66,00 | 65,66 | 67,17 | 64,40 |
| III. Αναλογούντα δημοτικά τέλη και τέλη παρεπιδημούντων | 5,19 | 5,38 | 5,19 | 5,29 | 5,41 | 5,06 |
| IV. Διαφυγόντα έσοδα ξενοδοχειακών καταλυμάτων (=I-II-III) | 518,64 | 538,23 | 518,56 | 528,85 | 541,00 | 506,02 |
| V. Χαμένες θέσεις εργασίας (αριθμός) | 13.405 | 14.117 | 13.514 | 13.669 | 14.190 | 13.187 |
| VI. Διαφυγούσες ασφαλιστικές εισφορές | 19,83 | 21,15 | 20,04 | 20,22 | 21,26 | 19,56 |
| VII. Αναλογών φόρος εισοδήματος ξενοδοχειακών καταλυμάτων | 36,15 | 37,09 | 35,99 | 36,87 | 37,28 | 35,12 |
| VIII. Συνολική απώλεια δημοσίων εσόδων (=II+III+VI+VII) | 125,56 | 130,44 | 127,21 | 128,03 | 131,12 | 124,14 |

*: εκτίμηση

Η οικονομία διαμοιρασμού, όπως έχει αναφερθεί, λειτουργεί και συμπληρωματικά στην τουριστική αγορά. Ως εκ τούτου, η εκτίμηση των συνολικών επιπτώσεων της χρειάζεται να λάβει υπόψη και την επίδραση του συμπληρωματικού μέρους. Πιο συγκεκριμένα, το συμπληρωματικό μέρος δημιουργεί στην οικονομία μία πρόσθετη τουριστική δαπάνη, που δεν θα υπήρχε χωρίς την οικονομία διαμοιρασμού. Το συμπληρωματικό αυτό μέρος ασκεί με τη σειρά του μια θετική επίδραση στα δημόσια έσοδα, καθώς οι λοιπές τουριστικές δαπάνες φέρουν φορολογική επιβάρυνση. Λαμβανομένου υπόψη του συμπληρωματικού μέρους των δαπανών αυτών και ενός σταθμισμένου ΦΠΑ που αυτές φέρουν, είναι δυνατό να εκτιμηθεί η θετική επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού στα δημόσια έσοδα σε επίπεδο ΦΠΑ.

Πίνακας 36: Εκτίμηση θετικής επίδρασης συμπληρωματικού μέρους οικονομίας διαμοιρασμού (σε € εκ.)

| Παράμετροι | Άμεση μέθοδος | | | Έμμεση μέθοδος | | |
|---|---------------|--------|--------|----------------|--------|--------|
| | 2015 | 2016 | 2017* | 2015 | 2016 | 2017* |
| Συμπληρωματικό μέρος οικονομίας διαμοιρασμού για λοιπές υπηρεσίες | 181,13 | 187,85 | 279,79 | 184,69 | 188,82 | 273,02 |
| Αναλογούν ΦΠΑ | 33,30 | 34,53 | 53,23 | 33,95 | 34,71 | 51,94 |

*: εκτίμηση

Το συμπληρωματικό μέρος της οικονομίας διαμοιρασμού καθώς δεν λειτουργεί αφαιρετικά στα έσοδα των τυπικών ξενοδοχειακών καταλυμάτων, δεν προκαλεί απώλεια σε επίπεδο φορολόγησης ξενοδοχείων. Λαμβανομένου τώρα υπόψη του σχετικού νομοθετικού πλαισίου (Ν. 4336/2016), τόσο το υποκατάστατο όσο και το συμπληρωματικό μέρος της τουριστικής δαπάνης για διαμονή φορολογείται ως εισόδημα από ακίνητη περιουσία. Δεδομένου του ύψους του φορολογικού συντελεστή ενοικίων (μεσοσταθμικά ίσος με 31%) είναι δυνατό να προσεγγιστούν τα δυνητικά (μέγιστα) έσοδα του δημοσίου που δημιουργεί η τουριστική δαπάνη της οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή (τόσο το υποκατάστατο μέρος όσο και το συμπληρωματικό). Ο όρος «δυνητικά έσοδα» είναι απαραίτητος καθώς δεν είναι δυνατό να εκτιμηθεί αν εν τέλει οι ιδιοκτήτες των ακινήτων που διαθέτουν τα ακίνητά τους στην οικονομία διαμοιρασμού δηλώνουν και ως εκ τούτου υπόκεινται σε φορολόγηση του συνόλου των εσόδων που αποκτούν από τις βραχυχρόνιες μισθώσεις.

Πίνακας 37: Δυνητικά δημοσία έσοδα από φορολόγηση τουριστικής δαπάνης οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή (σε € εκ.)

| Παράμετροι | Άμεση μέθοδος | | | Έμμεση μέθοδος | | |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2015 | 2016 | 2017* | 2015 | 2016 | 2017* |
| Υποκατάστατο μέρος για διαμονή | 588,22 | 610,43 | 589,75 | 599,79 | 613,58 | 575,48 |
| Συμπληρωματικό μέρος για διαμονή | 252,09 | 271,38 | 272,08 | 257,05 | 272,77 | 265,50 |
| Σύνολο τουριστικής δαπάνης οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή | 840,31 | 881,80 | 861,83 | 856,84 | 886,35 | 840,97 |
| Δυνητικά έσοδα από φορολόγηση οικονομίας διαμοιρασμού | 260,50 | 273,36 | 267,17 | 265,62 | 274,77 | 260,70 |

*: εκτίμηση

Οι σχετικοί υπολογισμοί δείχνουν πως, εξαιτίας της οικονομίας διαμοιρασμού, σε ετήσια βάση η ξενοδοχειακή αγορά υφίσταται καθαρές απώλειες ύψους € ~ 525 εκ., οι υπόλοιποι τουριστικοί κλάδοι κερδίζουν € ~ 216 εκ. (λόγω συμπληρωματικού μέρους), ενώ τα καθαρά διαφυγόντα έσοδα του δημοσίου είναι € ~ 88 εκ. (απώλεια δημοσίων εσόδων λόγω υποκατάστασης στη διαμονή [€ ~ 128 εκ.] μείον αναλογούν ΦΠΑ συμπληρωματικού μέρους για λοιπές υπηρεσίες [€ ~ 40 εκ.]). Σε περίπτωση δυνατότητας φορολόγησης όλων των εισοδημάτων που δημιουργεί η οικονομία διαμοιρασμού για διαμονή, με τους υφιστάμενους φορολογικούς συντελεστές, τα

δυναμικά έσοδα θα ήταν για το δημόσιο € ~ 267 εκ.. Σε κάθε περίπτωση όμως το τελικό αποτέλεσμα για την οικονομία (απώλειες ξενοδοχείων συν καθαρά διαφυγόντα έσοδα δημοσίου μείον αποτέλεσμα συμπληρωματικού μέρους για λοιπές υπηρεσίες και δυναμικών εσόδων δημοσίου από φορολόγηση ενοικίων) είναι αρνητικό.

Έχοντας υπόψη τα στοιχεία αυτά και δεδομένου του γεγονότος ότι η οικονομία διαμοιρασμού είναι μια νέα πραγματικότητα που δεν πρόκειται να περιοριστεί, το κρίσιμο στοιχείο δεν είναι βέβαια να βρεθεί κάποιος τρόπος να μειωθεί ο βαθμός υποκατάστασης της προς τα ξενοδοχεία, αλλά να υπάρξει μια κοινή φορολογική διαχείριση των δύο τομέων, δεδομένου ότι προσφέρουν το ίδιο πρακτικά προϊόν. Η προώθηση της φορολογικής ισότητας όχι μόνο θα περιορίσει (ή και θα εξαλείψει) τις απώλειες του δημοσίου αλλά θα αμβλύνει τη στρέβλωση που υπάρχει αυτή τη στιγμή στην αγορά και τον αθέμιτο ανταγωνισμό που δημιουργείται μεταξύ της οικονομίας διαμοιρασμού και των ξενοδοχείων.

3.3 Αξιοποίηση της οικονομίας διαμοιρασμού και φορολογική ισότητα

Η εμφάνιση και η δυναμική της οικονομίας διαμοιρασμού στον κλάδο του τουρισμού και κυρίως στον τομέα της διαμονής, δημιούργησε ζητήματα φορολογικής αντιμετώπισης του φαινομένου με γνώμονα την διασφάλιση της αρχής της φορολογικής ισότητας. Η αρχή της φορολογικής ισότητας, όπως επιτάσσει και το Σύνταγμα (αρ. 4 και 5) απαιτεί την ίση μεταχείριση και τη δίκαιη κατανομή των φορολογικών βαρών, χωρίς οποιαδήποτε αυθαίρετη διάκριση, ευνοϊκή ή δυσμενή για ορισμένους φορολογούμενους ή κατηγορίες αυτών. Στη διαμόρφωση της φορολογικής ισότητας συντελούν πολλοί παράγοντες, που συμπεριλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τη φοροδοτική ικανότητα του φορολογούμενου, την καθολικότητα του φόρου, την αποφυγή της διπλής φορολογίας, το ελάχιστο αφορολόγητο συντήρησης, τον προσωπικό ή πραγματικό χαρακτήρα του φόρου και την αναλογικότητα ή προοδευτικότητα του φόρου (Φορτσάκης & Αναστόπουλος, 2003).

Προκειμένου να εξεταστεί αν η φορολογική ισότητα επιτυγχάνεται στον τομέα της τουριστικής διαμονής, χρειάζεται να διερευνηθεί το φορολογικό βάρος των ξενοδοχείων και να αντιπαρατεθεί με το αντίστοιχο των ακινήτων της οικονομίας διαμοιρασμού. Καταρχάς, στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις υπάρχει ο φόρος εισοδήματος ύψους 29%, ο ΦΠΑ ύψους 13% για υπηρεσίες διαμονής και 24% για λοιπές ξενοδοχειακές υπηρεσίες, τα δημοτικά τέλη και τέλη παρεπιδημούντων συνολικού ύψους 1% και από 1/1/2018 ο φόρος διαμονής ανά διανυκτέρευση, ανάλογος της κατηγορίας του ξενοδοχείου. Από την άλλη πλευρά, τα εισοδήματα που προκύπτουν από τις τουριστικές μισθώσεις μέσω οικονομίας διαμοιρασμού φορολογούνται αντίστοιχα όπως τα έσοδα από ενοίκια, με το συντελεστή να κυμαίνεται, ανάλογα με το ύψος του εισοδήματος, από 15% έως 45%.

Ένα πρώτο και άμεσο συμπέρασμα των παραπάνω δεδομένων είναι η διαφορετική φορολογική αντιμετώπιση τομέων που παρέχουν το ίδιο προϊόν. Ωστόσο, το πιο

σημαντικό είναι το γεγονός ότι η συνολική φορολογική επιβάρυνση των ξενοδοχείων είναι σαφώς μεγαλύτερη σε σύγκριση με τη φορολογική επιβάρυνση της οικονομίας διαμοιρασμού. Δεδομένου του υψηλού βαθμού υποκατάστασης, το φαινόμενο της άνισης φορολογικής μεταχείρισης προκαλεί στρεβλώσεις στον μεταξύ τους ανταγωνισμό κυρίως σε επίπεδο τιμών. Από τη στιγμή που η τιμή διάθεσης δύο (κοινών) προϊόντων φέρει διαφορετική φορολογική επιβάρυνση, η αγορά δεν λειτουργεί αποτελεσματικά και δημιουργούνται αντικίνητρα παραγωγικότητας και βελτίωσης των προσφερόμενων αγαθών. Αν ληφθούν τώρα υπόψη, συνδυαστικά με τα ανωτέρω, τυχόν αδυναμίες του φορολογικού ελεγκτικού μηχανισμού ως προς τον εντοπισμό και τη φορολόγηση των εισοδημάτων της οικονομίας διαμοιρασμού, τότε γίνεται σαφές ότι η απώλεια που υφίσταται η οικονομία τόσο σε επίπεδο δημοσίων εσόδων όσο και σε επίπεδο παραγόμενου πλούτου είναι μεγάλη.

Μια ενδεικτική λύση του φαινομένου θα ήταν να υπάρξει ένας κοινός τρόπος φορολόγησης των δύο αυτών τομέων. Στην περίπτωση που υπάρξει κοινή φορολόγηση, δηλαδή επιβληθεί αντίστοιχος συντελεστής ΦΠΑ, δημοτικά τέλη και φόρος εισοδήματος ιδιοκτητών απευθείας στην κάθε συναλλαγή (μέσω των πλατφόρμων της οικονομίας διαμοιρασμού) ώστε να μην είναι δυνατή η απόκρυψη του εσόδου, τότε είναι δυνατό να δημιουργηθεί μια εισροή για το δημόσιο της τάξεως των € ~ 341 εκ. (μέσος όρος άμεσης και έμμεσης μεθόδου για την εξεταζόμενη περίοδο) σε ετήσια βάση. Με τον τρόπο αυτό όχι μόνο θα αυξάνονται τα δημόσια έσοδα, δημιουργώντας δυνατότητες αναδιανομής των φορολογικών βαρών προς όφελος των ασθενέστερων ή μείωσης του δημοσίου χρέους, αλλά συγχρόνως επιτυγχάνεται μια εξομάλυνση του αθέμιτου ανταγωνισμού μεταξύ των ξενοδοχείων και των καταλυμάτων της οικονομίας διαμοιρασμού. Σε διαφορετική περίπτωση εκτιμάται πως η αγορά θα συνεχίσει να λειτουργεί αναποτελεσματικά, ο αθέμιτος ανταγωνισμός θα λάβει σημαντικές διαστάσεις με ορατό τον κίνδυνο να πληγεί έντονα ένας τομέας που συνεισφέρει σημαντικά τόσο σε επίπεδο οικονομίας όσο και απασχόλησης.

Πίνακας 38: Δυνητικά δημοσία έσοδα από κοινή φορολόγηση τουριστικής δαπάνης οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή (σε εκ. €)

| Παράμετροι | Άμεση μέθοδος | | | Έμμεση μέθοδος | | |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2015 | 2016 | 2017* | 2015 | 2016 | 2017* |
| Σύνολο οικονομίας διαμοιρασμού για διαμονή | 840,31 | 881,80 | 861,83 | 856,84 | 880,01 | 835,60 |
| Δημόσια έσοδα από εφαρμογή ΦΠΑ | 92,39 | 96,95 | 96,87 | 106,38 | 110,04 | 107,03 |
| Δημόσια έσοδα από επιβολή δημοτικών τελών και τελών παρεπιδιμούντων | 3,72 | 3,90 | 3,81 | 4,28 | 4,43 | 4,20 |
| Φόρος εισοδήματος ιδιοκτητών | 230,70 | 242,09 | 235,96 | 235,24 | 243,34 | 230,25 |
| Δυνητική συμβολή οικονομίας διαμοιρασμού από φορολόγηση της δαπάνης για διαμονή | 326,82 | 342,95 | 336,63 | 345,90 | 357,81 | 341,48 |

*: εκτίμηση

Να επισημανθεί τέλος πως σύμφωνα με τη σχετική ατζέντα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για το ζήτημα της φορολόγησης της οικονομίας διαμοιρασμού, προτείνεται τα κράτη μέλη να αποβλέπουν σε αναλογικές υποχρεώσεις και σε ισότιμους όρους ανταγωνισμού (European Commission, 2016). Καλούνται να θεσπίσουν με τρόπο λειτουργικό παρόμοιες φορολογικές υποχρεώσεις σε επιχειρήσεις που παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες. Η δίκαιη κατανομή φορολογίας και η ευαισθητοποίηση σχετικά με τις φορολογικές υποχρεώσεις, η ενημέρωση των φορολογικών διοικήσεων σχετικά με τα συνεργατικά επιχειρηματικά μοντέλα, η έκδοση κατευθυντήριων γραμμών και η αύξηση της διαφάνειας μέσω διαδικτυακής πληροφόρησης θα συμβάλουν άλλωστε στην απελευθέρωση του δυναμικού της οικονομίας (European Commission, 2016). Σε αυτό το πλαίσιο σημειώνεται πως η οικονομία διαμοιρασμού έχει τη δυνατότητα να παρέχει νέες ευκαιρίες για την υποστήριξη των φορολογικών αρχών και των φορολογούμενων σε σχέση με τις φορολογικές τους υποχρεώσεις. Οι ευκαιρίες αυτές είναι απόρροια της αυξημένης ιχνηλασιμότητας που προσφέρει η διαμεσολάβηση των διαδικτυακών πλατφόρμων. Για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παροτρύνει τα κράτη μέλη να διευκολύνουν και να βελτιώσουν την είσπραξη φόρων, αξιοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες, καθώς μάλιστα αυτές είναι σε θέση να καταγράψουν τις οικονομικές συναλλαγές (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2016). Σε κάθε περίπτωση οι κρατικοί φορείς οφείλουν να επιβάλλουν με τρόπο λειτουργικό παρόμοιες φορολογικές υποχρεώσεις σε επιχειρήσεις που παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες. Η οικονομία διαμοιρασμού δεν είναι δυνατό να αποτελέσει εξαίρεση από την αναγκαιότητα εφαρμογής της ανωτέρω πολιτικής.

Συμπεράσματα

Μέσα από την παρούσα έκθεση εξετάστηκε η συμβολή του ξενοδοχειακού κλάδου στην οικονομία, προσδιορίστηκε η χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων, εξετάστηκε η φοροδοτική τους ικανότητα, επιχειρήθηκε η ποσοτικοποίηση των μεγεθών της οικονομίας διαμοιρασμού, με τελικό στόχο τη διερεύνηση των δυνατοτήτων αξιοποίησής για τη φορολογική εξομάλυνση του κλάδου.

Τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει αναδεικνύουν τέσσερα βασικά ευρήματα:

- Τη σημαντικότητα του ξενοδοχειακού κλάδου στην ελληνική οικονομία: τα ξενοδοχεία συμβάλουν με € 17,36 δισ. (9,87% του ΑΕΠ), αντιπροσωπεύοντας πάνω από το 52% της συμβολής που δημιουργεί ο τουρισμός συνολικά στην οικονομία. Επιπρόσθετα χάρη στα ξενοδοχεία της χώρας, βρίσκουν θέσεις απασχόλησης πάνω από 236 χιλ. άτομα, μέγεθος που αντιστοιχεί στο 6,48% της απασχόλησης της χώρας.
- Η χρηματοοικονομική θέση των ξενοδοχείων διαφοροποιείται ανάλογα με την κατηγορία: τα ξενοδοχεία 3* και 4* εμφανίζουν το υψηλότερο περιθώριο λειτουργικών κερδών, ενώ τα ξενοδοχεία χαμηλών προδιαγραφών (1* και 2*) κατά μέσο όρο εμφανίζουν αρνητικά αποτελέσματα. Σε όλες τις κατηγορίες υπάρχει μεγάλη απαίτηση για εξυπηρέτηση του δανεισμού, περιορίζοντας τις δυνατότητες ρευστότητας των ξενοδοχείων. Συγχρόνως προκύπτει πως το μέσο τυπικό ξενοδοχείο της χώρας έχει ουσιαστικά εξαντλήσει τη φοροδοτική του ικανότητα, ενώ φέρει και τη μεγαλύτερη φορολογική επιβάρυνση σε σύγκριση με εκείνα των ανταγωνιστριών χωρών της χώρας. Η εφαρμογή του φόρου διαμονής ή άλλων νέων φορολογικών βαρών θα αδυνατήσσει καίρια τη δυνατότητα των ξενοδοχείων να διαδραματίζουν τον αναπτυξιακό τους ρόλο.
- Η οικονομία διαμοιρασμού στη διαμονή εμφανίζει έντονη δυναμική όμως προκαλεί έντονες αρνητικότητες: το μέγεθός της στην Ελλάδα το 2017 ξεπερνά τα € 1,71 δισ.. Ωστόσο εξαιτίας της, η ξενοδοχειακή αγορά υφίσταται καθαρές απώλειες ύψους € ~ 525 εκ., σε ετήσια βάση, «χάνονται» 13.860 θέσεις εργασίας, ενώ τα καθαρά διαφυγόντα έσοδα του δημοσίου ανέρχονται σε € ~ 88 εκ.. Παρά το γεγονός ότι στην Ελλάδα έχει πλέον δημιουργηθεί ένα σχετικό θεσμικό πλαίσιο για τη ρυθμιστική ενσωμάτωσή της στην ευρύτερη οικονομία, μέσω του Ν. 4446/2016, του Ν. 4465/2017 και του Ν. 4472/2017, εντούτοις εξακολουθούν να υφίστανται ζητήματα διαφορετικής φορολογικής αντιμετώπισης μεταξύ των δύο τομέων.

- Ο υψηλός βαθμός υποκατάστασης μεταξύ ξενοδοχείων και καταλυμάτων οικονομίας διαμοιρασμού σε συνδυασμό με το φαινόμενο της άνισης φορολογικής μεταχείρισης, προκαλεί στρεβλώσεις στον μεταξύ τους ανταγωνισμό, κυρίως σε επίπεδο τιμών. Από τη στιγμή που η τιμή διάθεσης δύο κοινών προϊόντων φέρει διαφορετική φορολογική επιβάρυνση, η αγορά δεν λειτουργεί αποτελεσματικά και δημιουργούνται αντικίνητρα παραγωγικότητας και βελτίωσης των προσφερόμενων αγαθών. Σε περίπτωση μάλιστα που υπάρξει μια φορολόγηση της οικονομίας διαμοιρασμού όπως εκείνη των ξενοδοχείων, είναι δυνατό να δημιουργηθεί μια πρόσθετη ετήσια εισροή για το δημόσιο της τάξεως των € ~ 341 εκ.

Είναι σαφές πως απαιτείται να βρεθεί μια ρυθμιστική λύση του εν λόγω ζητήματος. Η προώθηση της κοινής φορολογικής μεταχείρισης των δύο τομέων όχι μόνο θα περιορίσει το πρόβλημα της στρέβλωσης της αγοράς, αλλά και θα ενισχύσει τα δημόσια έσοδα, δημιουργώντας δυνατότητες αναδιανομής των φορολογικών βαρών προς όφελος των ασθενέστερων ομάδων.

Βιβλιογραφία - Πηγές

- A Tout France. (2017). *Classement A Tout France*. Retrieved from <https://www.classement.atout-france.fr/hebergements-classes>
- Agnew, H. (2017, Μάρτιος 6). French hoteliers step up Airbnb fight over short-term lets. *Financial Times*, 1. Retrieved from <https://www.ft.com>
- Deloitte . (2015). *Εκ των προτέρων αξιολόγηση Ex ante Assessment για την Ελλάδα - Μέσο χρηματοοικονομικής τεχνικής προγραμματική περίοδος 2014-2020*. Αθήνα: Deloitte.
- Direction Generale des Entreprises. (2017). *Direction Generale des Entreprises, Etudes et Statistiques, Tourisme, Memento du tourisme* . Retrieved from <http://www.entreprises.gouv.fr/etudes-et-statistiques>
- Enterprise Greece. (n.d.). *Τουρισμός*. Retrieved from <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependyseis/ependytikoi-tomeis/toyrismos>
- European Commission . (2015). *Annual Report on European SMEs - SME Performance Review 2014/2015*. Brussels: European Union .
- European Commission. (2016). *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. European Commission.
- European Commission. (2016). *Flash Eurobarometer 438 The use of collaborative platforms*. European Commission.
- European Commission. (2016). *Synopsis report on the public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy*. European Commission.
- European Commission. (2017). *Vat rates applied in the Member States of the European Union*. European Commission.
- European Parliament. (2017). *Tourism and the sharing economy*. European Commission .
- European Tourism Forum. (2016). *Collaborative Economy in the Tourism Sector* . European Commission .

- Eurostat. (2017, Ιανουάριος). *Eurostat, Statistics Explained*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/eurostat>
- fi-compass (f). (2015). *Ex-ante assessment methodology for financial instruments in the 2014-2020 programming period General methodology covering all thematic objectives Volume I*. Luxembourg: EIB.
- FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen. (2016). *Reise Analyse*. FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.
- Grant Thornton. (2015). *Εκ των προτέρων αξιολόγηση (exante assessment) της δημιουργίας ενός ή περισσότερων μέσων χρηματοοικονομικής τεχνικής*. Αθήνα: Grant Thornton A.E.
- HNN. (2015). *The impact of sharing economy on hotels an analysis of airbnb and alternative accomodations*. Cleveland: Hotel News Now.
- Horwarth HTL. (2015). *Tourism Megatrends - 10 things you need to know about the future of Tourism*. Horwarth HTL.
- HVS Global Hospitality Services. (2015). *The tourism sector is heading the recovery -february 2015*. HVS Global Hospitality Services.
- ICAP. (2015). *Ex Ante Αξιολόγηση χρηματοδοτικού μέσου για δράσεις εξοικονόμησης ενέργειας στον Οικιακό τομέα κατά την Περίοδο 2014-2020*. Αθήνα: Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.
- Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Instituto Nacional de Estadística, INEbase*. Retrieved from <http://www.ine.es/>
- Investment Support and Promotion Agency of Turkey. (2013). *Travel & Tourism Turkey 2013*. Republic of Turkey Prime Ministry - Investment Support and Promotion Agency of Turkey.
- Istat . (2017). *Istat, Dati*. Retrieved from <http://dati.istat.it>
- Justlanded. (2017). Retrieved from <https://www.justlanded.com/english/Italy/Italy-Guide/Property/Property-Tax>
- Lovecchio, L. (2017, Απρίλιος 20). Airbnb hosts to pay 21% tax starting May 1. *ItalyEurope24*, 1. Retrieved from <http://www.italy24.ilsole24ore.com>
- Ministry of Tourism, Republic of Croatia. (2015). *Tourism in Figures*. Ministry of Tourism, Republic of Croatia.
- OECD. (2016). *OECD Tourism Trends and Policies 2016*. OECD Publishing.
- Quinby, D. (2016). *The End of Alternative Accommodation*. Phocuswright. Retrieved from <http://www.phocuswright.com>

- Talwar, R. (2012). Hotels 2020 - responding to Tomorrow's Customer and the Evolution of Technology. In R. C. (eds.), *Trends and Issues in Global Tourism 2012* (pp. 21-31). Heidelberg: Springer Verlag.
- Turkish Statistical Institute. (2017). *Turkish Statistical Institute, Main Statistics*. Retrieved from <http://www.turkstat.gov.tr/>
- UNWTO . (2014). *Glossary of tourism terms*. Retrieved from World Tourism Organisation: <http://www2.unwto.org>
- World Economic Forum. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report* . Retrieved from Reports: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>
- World Economic Forum. (2017). *Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. World Economic Forum.
- World Travel & Tourism Council. (2017). *Travel & Tourism Economic Impact 2017*. World Travel & Tourism Council.
- World Travel & Tourism Council. (2017). *Travel & Tourism Economic Impact 2017 World*. World Travel Tourism Council.
- World Travel & Tourism Council. (2017). *World Travel & Tourism Council, Datagate*. Retrieved from <https://www.wttc.org/datagateway/>
- World Travel and Tourism Council. (2015). *Travel and Tourism Economic Impact Greece*. London: World Travel and Tourism Council.
- Yaraghi, N., & Ravi, S. (2017). *The Current and Future State of the Sharing Economy*. Brookings Institution.
- Andalucia. (). Retrieved from <http://www.andalucia.com/property/propertytaxes.htm>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2017). *Ελληνική Στατιστική Αρχή, Στατιστικές, Υπηρεσίες, Τουρισμός*. Retrieved from <http://www.statistics.gr/el/statistics>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2016). *Ευρωπαϊκή ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία*. Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο . (2013). *περί καθορισμού κοινών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας και Αλιείας και περί καθορισμού γενικών δ. Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο .*
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. (2014). *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών*. Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.

ΙΤΕΠ. (2017). *Εξελίξεις στον τουρισμό και την ελληνική ξενοδοχία 2016*. Ινστιτούτο Ερευνών και Προβλέψεων.

ΚΕΠΕ. (2015). *Εκτίμηση της Κατανομής του Εισοδήματος από Εισερχόμενο Τουρισμό, ως προς το μέρος που παραμένει στη χώρα και σε αυτό που επανεξάγεται στο εξωτερικό*. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.

ΚΕΠΕ. (2015). *Εκτίμηση της Κατανομής του Εισοδήματος από Εισερχόμενο Τουρισμό, ως προς το μέρος που παραμένει στη χώρα και σε αυτό που επανεξάγεται στο εξωτερικό*.

ΚΕΠΕ. (2016). *Public Investment Multipliers in EU Countries: Does the Efficiency of Public Sector Matter?* ΚΕΠΕ.

Tradingeconomics. (2017). Retrieved from <http://www.tradingeconomics.com/italy/social-security-rate-for-companies>

Τράπεζα της Ελλάδος. (2017). *Στατιστικά στοιχεία, Εξωτερικός Τομέας, Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες*. Retrieved from <http://www.statistics.gr/el/statistics>

Παράρτημα

Σύνολο καταχωρήσεων σε πλατφόρμες διάθεσης ακινήτων

Πίνακας 39: Βάσεις δεδομένων ακινήτων οικονομίας διαμοιρασμού

| Βάσεις δεδομένων | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------|---------------|---------------|----------------|
| Airbnb | 13.000 | 17.046 | 22.350 |
| TripAdvisor | 12.114 | 12.962 | 13.869 |
| Booking | 21.674 | 23.191 | 24.815 |
| Homeaway | 9.838 | 10.527 | 11.264 |
| Λοιπές βάσεις (εκτιμώμενο) | 30.431 | 31.920 | 34.154 |
| Σύνολο ακινήτων | 87.057 | 95.645 | 106.452 |



www.grant-thornton.gr

©2017 Grant Thornton Greece. All rights reserved.

"Grant Thornton" refers to the brand under which the Grant Thornton member firms provide assurance, tax and advisory services to their clients and/or refers to one or more member firms, as the context requires. Grant Thornton Greece is a member firm of Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL and the member firms are not a worldwide partnership. GTIL and each member firm is a separate legal entity. Services are delivered by the member firms. GTIL does not provide services to clients. GTIL and its member firms are not agents of, and do not obligate, one another and are not liable for one another's acts or omissions.

This document is made by Grant Thornton Greece. The client names quoted within this document are disclosed on a confidential basis. All information in this document is released strictly for the purpose of this process and must not be disclosed to any other parties without express consent from Grant Thornton Greece.