

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΣΤΟΧΑΣΙΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΕ

«ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΣΤΟΧΕΥΣΕΙΣ»

ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η αγορά των τουριστικών γραφείων λόγω των διαγραφόμενων θετικών προοπτικών του ελληνικού τουρισμού, όπως προκύπτει από την κλαδική μελέτη «**Τουριστικά γραφεία**», που εκπόνησε η ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ (www.stochasis.com), στο πλαίσιο της σειράς μελετών αγοράς που φέρουν τη διακριτική ονομασία «Κλαδικές Στοχεύσεις».

Το μέγεθος της αγοράς των τουριστικών γραφείων υπολογίζεται σε €1,19 δισ. το 2013, σημειώνοντας αύξηση 10,2% σε σχέση με το 2012. Σημειώνεται ότι, το μεγαλύτερο ποσοστό της ζήτησης ταξιδιωτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα προέρχεται από τον εισερχόμενο τουρισμό (70%). Επιπρόσθετα, η Ελλάδα παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση το 2013/2012 σε αφίξεις και τουριστικές εισπράξεις, σε σχέση με τους άμεσους ανταγωνιστές της. Αντίθετα, τόσο ο εξερχόμενος τουρισμός όσο και ο εγχώριος τουρισμός εμφάνισαν πτώση, ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης.

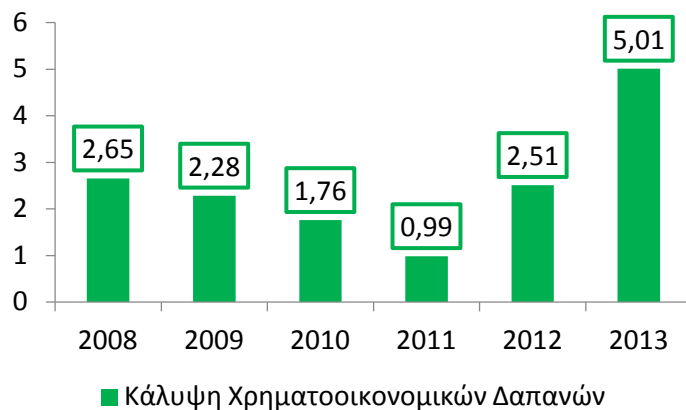
Όσον αφορά στο 2014, η αγορά των τουριστικών γραφείων εκτιμάται ότι ανήλθε σε €1,33 δισ. παρουσιάζοντας αύξηση 11,8% σε σχέση με το 2013 με το Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) να διαμορφώνεται οριακά αρνητικός (-0,1%) την περίοδο 2008-2014.

Τα τουριστικά γραφεία και οι tour operators παρέχουν τις υπηρεσίες τους μέσω καταστημάτων ή και μέσω on line ιστοσελίδων. Επιπρόσθετα, υπάρχουν και τα αμιγώς on line τουριστικά γραφεία, τα οποία έχουν κερδίσει σημαντικό μερίδιο της αγοράς του κλάδου τα τελευταία χρόνια και αναμένεται περαιτέρω ανάπτυξή τους. Στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι λειτουργούν περί τα 20 τουριστικά γραφεία, τα οποία παρέχουν τις υπηρεσίες τους αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου.

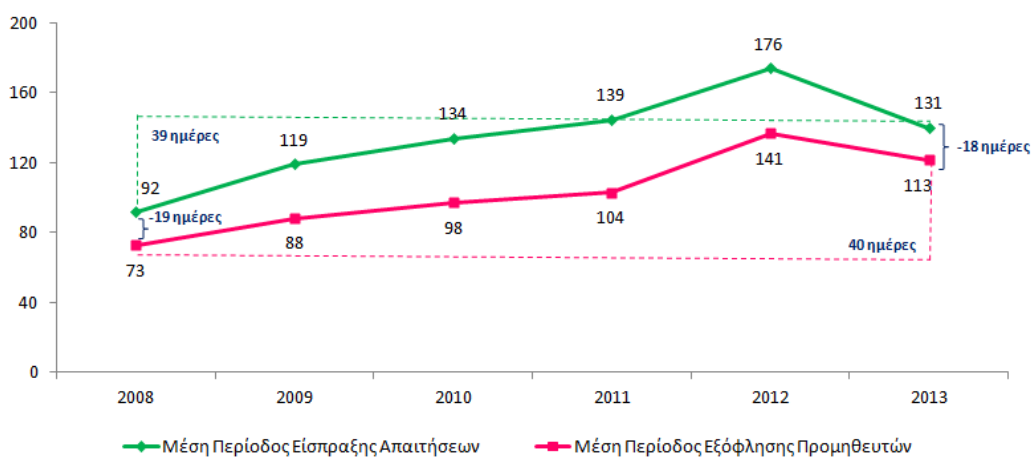
Όσον αφορά στον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου είναι έντονος, δεδομένου ότι λειτουργεί μεγάλος αριθμός μικρομεσαίων επιχειρήσεων, με χαμηλή διαφοροποίηση στις υπηρεσίες τους. Επιπρόσθετα, δραστηριοποιείται περιορισμένος αριθμός, μεγάλου μεγέθους εδραιωμένων επιχειρήσεων που εκπροσωπούν και συνεργάζονται με διεθνείς οίκους.

Τα γραφεία γενικού τουρισμού, τα οποία ασχολούνται με όλο το φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών, αντιμετωπίζουν ένα διαρκώς εντεινόμενο ανταγωνισμό από νέα κανάλια διανομής, όπως τα on line τουριστικά γραφεία, ενώ παράλληλα μειώνονται οι προμήθειες που τους χορηγούνται ως εμπορικές αμοιβές. Η αισθητή μείωση των εσόδων και της κερδοφορίας τους έχει ως αποτέλεσμα, μέρος αυτών να διακόπτουν τις δραστηριότητές τους ή να διαφοροποιούν τις υπηρεσίες τους, στρεφόμενες προς τον εισερχόμενο τουρισμό για την ενίσχυση της βιωσιμότητάς τους.

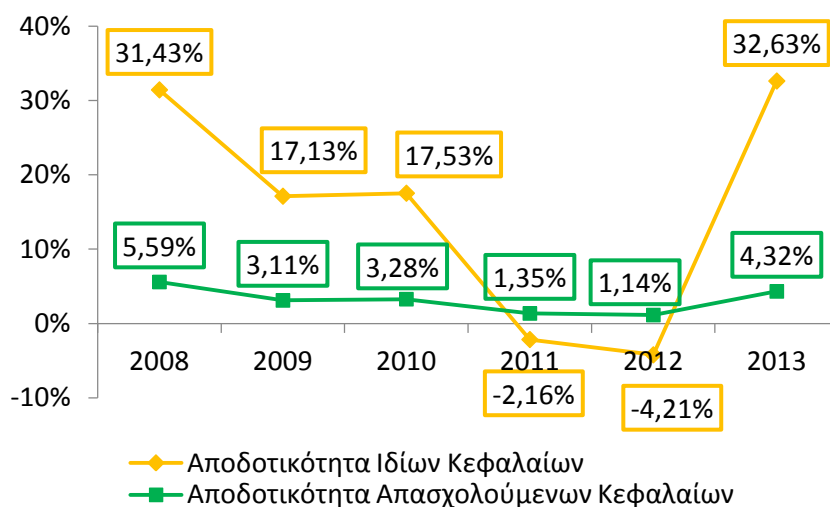
Όσον αφορά στη χρηματοοικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων του κλάδου, σύμφωνα με την **Υπεύθυνη του τμήματος Κλαδικών Στοχεύσεων κυρία Παναγιώτα Κόκκα**, οι τιμές του δείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών την τελευταία διετία και ιδιαίτερα το 2013, δείχνουν ότι δεν είναι ιδιαίτερα «ευπρόσβλητες» σε πιθανές μεταβολές του οικονομικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται, παρέχοντας σχετική ένδειξη «ασφάλειας» στις τράπεζες.



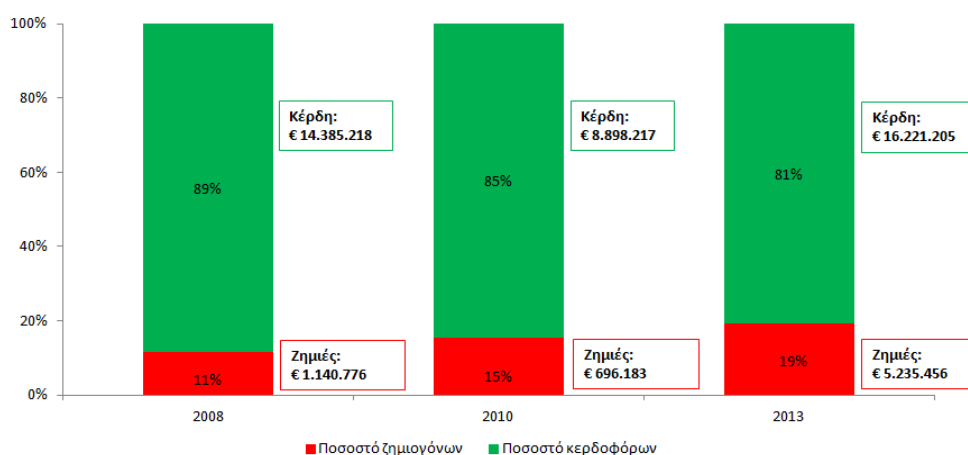
Διαπιστώνεται επίσης ότι, μετά από διακυμάνσεις μεταξύ του ρυθμού είσπραξης των απαιτήσεων και των πιστώσεων από προμηθευτές στη διάρκεια της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου, το συναλλακτικό κύκλωμα το 2013 επανήλθε στα επίπεδα του 2008, παραμένοντας ωστόσο διαχρονικά ελλειμματικό, αλλά σε περιορισμένα επίπεδα.



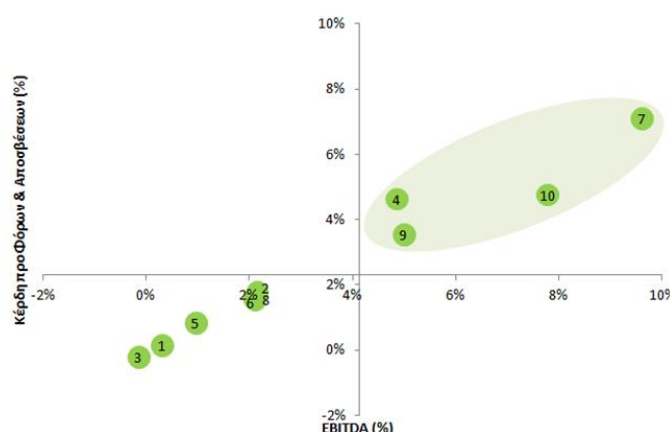
Η άνοδος του τουρισμού το 2013 αποτυπώνεται εύληπτα στον βαθμό ικανότητας των επιχειρήσεων στη χρησιμοποίηση των συνολικών απασχολούμενων κεφαλαίων και την αποτελεσματικότητα της χρησιμοποίησης των ιδίων κεφαλαίων τους.



Από την άλλη μεριά, η αναλογία κερδών/ζημιών το 2013 διαμορφώθηκε σε 3,1:1, όταν το 2008 και το 2010 ήταν 12,6:1 και 12,8:1 αντίστοιχα.



Σημειώνεται ότι, 4 στις 10 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, εμφανίζουν συνδυασμό EBITDA και κερδών προ φόρων και αποσβέσεων (ως % του κύκλου εργασιών του 2013) μεγαλύτερο από το μέσο όρο του συνόλου των εξεταζόμενων επιχειρήσεων.



Όσον αφορά στην ευρωπαϊκή αγορά, τα περισσότερα ταξιδιωτικά γραφεία δραστηριοποιούνται στη Γερμανία, την Ιταλία και το Ην. Βασίλειο, χώρες οι οποίες αποτελούν και τις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές τουριστικών γραφείων.

Η Ελλάδα, αναλογικά του μεγέθους της, διαθέτει μεγάλο αριθμό ταξιδιωτικών γραφείων που εκτιμάται σε 3.700 περίπου το 2013, ωστόσο τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί ο αριθμός τους. Η πλειονότητα των τουριστικών γραφείων στην Ελλάδα είναι μικρού μεγέθους. Το 50% περίπου των τουριστικών γραφείων βρίσκονται στην Αττική, ενώ αρκετά γραφεία, κυρίως σε νησιά, λειτουργούν εποχιακά τους καλοκαιρινούς μήνες.

Σημειώνεται ότι, χώρες συγκρίσιμες με την Ελλάδα όσον αφορά στον πληθυσμό, όπως η Πορτογαλία και η Ολλανδία, έχουν 1.122 και 949 τουριστικά γραφεία αντίστοιχα (2012).

Με βάση τις εκτιμήσεις για τον αριθμό των τουριστικών γραφείων στη χώρα μας, μετά την Κύπρο και τη Βουλγαρία, λειτουργούν τα περισσότερα τουριστικά γραφεία ανά κάτοικο.

ΧΩΡΑ	Αριθμός τουριστικών γραφείων 2012	Πληθυσμός	Κάτοικοι/ Τουριστικό γραφείο	ΧΩΡΑ	Αριθμός τουριστικών γραφείων 2012	Πληθυσμός	Κάτοικοι/ Τουριστικό γραφείο
Αυστρία	2.625	8.451.860	3.220	Λετονία	578	2.023.825	3.501
Βουλγαρία	2.579	7.284.552	2.825	Νορβηγία	690	5.051.275	7.321
Γερμανία	9.986	82.020.578	8.214	Ολλανδία	949	16.779.575	17.681
Ελβετία*	2.135	8.039.060	3.765	Ουγγαρία	1.290	9.908.798	7.681
Ελλάδα	3.700⁽¹⁾	11.062.508	2.990	Πορτογαλία	1.122	10.487.289	9.347
Ην. Βασίλειο*	6.654	63.896.071	9.603	Ρουμανία	2.800	20.020.074	7.150
Ιρλανδία	273	4.591.087	16.817	Σλοβακία*	1.000	5.410.836	5.411
Ισπανία	6.075	46.727.890	7.692	Σλοβενία	496	2.058.821	4.151
Ιταλία	11.167	59.685.227	5.345	Σουηδία	800	9.555.893	11.945
Κροατία	1.008	4.262.140	4.228	Τσεχική Δημοκρατία	2.130	10.516.125	4.937
Κύπρος	390	865.878	2.220	Φινλανδία	715	5.426.674	7.590

⁽¹⁾ :Εκτιμήσεις ΣΤΟΧΑΣΙΣ για το 2013

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από The European Travel Agents and Tour Operators Association, *Εκτιμήσεις, Eurostat

Όπως επισημαίνει ο **Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της ΣΤΟΧΑΣΙΣ κ. Βασίλης Ρεγκούζας**, σημαντικός παράγων για την ενίσχυση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών γραφείων είναι η παροχή on line υπηρεσιών, η ποιότητα και η ποικιλία προορισμών και διακοπών, καθώς και η προσφορά μεμονωμένων και συνδυασμένων πακέτων εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος, τουρισμός υγείας και ευεξίας, αθλητικός, γαστρονομικός, θρησκευτικός κ.λπ.), για τις οποίες υπάρχουν ευκαιρίες ανάπτυξης, «παίζοντας» και το ρόλο του εξειδικευμένου συμβούλου. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να διερευνηθεί η δυνατότητα συνεργασιών και συγχωνεύσεων μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου με σκοπό την επίτευξη οικονομικών κλίμακας, δεδομένου του μεγάλου αριθμού πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων.

Σημειώνεται ότι, ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί επίσης σημαντική δραστηριότητα των τουριστικών γραφείων (επαγγελματικά ταξίδια, συνέδρια, εκθέσεις κ.λπ.). Ειδικότερα, η αγορά των διεθνών συνεδρίων προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες στην Ελλάδα, καθώς με τη βελτίωση των υποδομών, σε συνδυασμό με την ελκυστικότητα του τουριστικού μας προϊόντος, μπορεί να δοθεί η δυνατότητα να φιλοξενηθούν στη χώρα μας πληθώρα διεθνών συνεδρίων, ιδιαίτερα σε θέματα τεχνολογίας, περιβάλλοντος και καινοτομίας.

Οι προβλέψεις για τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού, κυρίως του εισερχόμενου για το 2015 είναι θετικές, με αποτέλεσμα να συνεχίζεται το «κλίμα αισιοδοξίας» στην εξαταζόμενη αγορά. Εκτιμάται ότι, η αγορά των τουριστικών γραφείων θα συνεχίσει την ανοδική της πορεία και το 2015, παρουσιάζοντας αύξηση σε επίπεδο της τάξης του 10% περίπου, σε σχέση με το 2014, υπό την προϋπόθεση της διατήρησης του κλίματος εμπιστοσύνης που έχει η χώρα μας στον κλάδο του τουρισμού.