



## **ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΓΚΥΡΙΑΣ**

**ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2008**

## 1. Εισαγωγή

Το ΙΤΕΠ άρχισε να διεξάγει δύο φορές το χρόνο Έρευνα Συγκυρίας μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της χώρας με αντικείμενο την καταγραφή του κλίματος και των προσδοκιών των επιχειρήσεων του κλάδου όσον αφορά την τουριστική κίνηση. Συγκεκριμένα, η πρώτη έρευνα διεξάγεται στην αρχή της τουριστικής περιόδου προκειμένου να καταγράψει τις απόψεις και προβλέψεις των επιχειρήσεων για την τουριστική κίνηση της περιόδου που αρχίζει. Η δεύτερη έρευνα διεξάγεται μετά το τέλος της τουριστικής περιόδου με αντικείμενο τις απόψεις των επιχειρήσεων για την τουριστική κίνηση που πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο που πέρασε.

Στη δεύτερη πιλοτική έρευνα το δείγμα των ξενοδοχείων επιλέχτηκε από τις 3.000 μεγαλύτερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% του συνολικού δυναμικού της χώρας σε κλίνες. Στη συγκεκριμένη έρευνα ανταποκρίθηκαν 289 επιχειρήσεις συνολικής δυναμικότητας 57.937 κλινών, που σημαίνει ότι η μέση δυναμικότητα των επιχειρήσεων του δείγματος ανέρχεται σε 200 κλίνες. Οι επιχειρήσεις αυτές συμμετέχουν με ποσοστό 9% στο συνολικό δυναμικό της χώρας σε κλίνες ή 12,5% στο συνολικό δυναμικό των μεσαίων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων (πάνω από 60 κλίνες), που καλύπτει η έρευνα.

Η βασική αιτία που η έρευνα περιορίστηκε μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων μονάδων είναι η σχετική ομοιογένεια που εμφανίζουν οι επιχειρήσεις αυτές στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν με την έναρξη κάθε τουριστικής περιόδου. Αντίθετα, οι μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν μεγάλη διασπορά όσον αφορά τα διάφορα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, ενώ ο μεγάλος αριθμός αυτών των επιχειρήσεων (πάνω από 6.000 μονάδες) απαιτεί πολύ μεγαλύτερο δείγμα για να προκύψουν αξιόπιστα συμπεράσματα. Όπως συμβαίνει με όλες τις έρευνες οικονομικής συγκυρίας που διεξάγονται από τους διεθνείς οργανισμούς, σκοπός τους είναι να καταγράψουν τις τάσεις και αντιλήψεις που επικρατούν μεταξύ των επιχειρήσεων, και όχι να δώσουν εκτιμήσεις συγκεκριμένων οικονομικών μεγεθών (κύκλος εργασιών, επίπεδο κερδών, μέγεθος απασχόλησης, κλπ). Για αυτόν το λόγο οι ερωτήσεις είναι περισσότερο ποιοτικές (π.χ. «τη θερινή περίοδο που πέρασε, σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή, η μέση πληρότητα του ξενοδοχείου αυξήθηκε;») παρά ποσοτικές (π.χ. «πόσο τις % αυξήθηκε η μέση πληρότητα;»). Επομένως, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας καταγράφουν τις τάσεις που επικρατούν μεταξύ των

εκπροσώπων των μεσαίων και μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, και δεν μπορούν να επεκταθούν στις μικρές επιχειρήσεις του κλάδου.

Το ΙΤΕΠ εκφράζει τις ευχαριστίες του στις επιχειρήσεις που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα και σημειώνει ότι όσες περισσότερες επιχειρήσεις συμμετέχουν, τόσο πιο αξιόπιστα θα είναι τα συμπεράσματα που προκύπτουν. Η σωστή αποτύπωση των τάσεων που επικρατούν στον τουριστικό κλάδο είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την κατάρτιση ενός ολοκληρωμένου και μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης και προώθησης του τουρισμού.

## **2. Η Γενική Εικόνα**

Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες, η περίοδος που πέρασε εμφάνισε σταθερότητα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων που είχαν αύξηση της μέσης πληρότητας, σε σχέση με πέρυσι, συμπίπτει με το ποσοστό των επιχειρήσεων που σημείωσαν μείωση. Θετική, όμως, εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις των επιχειρήσεων ως προς τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολούμενων. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που αύξησαν τον κύκλο εργασιών και τον αριθμό των απασχολούμενων είναι σαφώς μεγαλύτερα από τα ποσοστά των ξενοδοχείων που είχαν μείωση.

Η μόνη αρνητική διαπίστωση αφορά τη μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι η μέση διάρκεια παραμονής των πελατών μειώθηκε, σε σχέση με πέρυσι, είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι αυξήθηκε.

Παρά την αβεβαιότητα που επικρατεί για το μέλλον της τουριστικής κίνησης, πάνω από τις μισές επιχειρήσεις (55%) προγραμματίζουν επενδύσεις κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, κυρίως στην ανακαίνιση δωματίων, στη βελτίωση χώρων υποδοχής, σε μηχανολογικό εξοπλισμό και σε έργα προστασίας περιβάλλοντος.

Τέλος, η πλειονότητα των επιχειρήσεων πιστεύει ότι οι βασικοί παράγοντες που εμποδίζουν την ανάπτυξή τους οφείλεται στη γενική οικονομική κρίση, στο διεθνή ανταγωνισμό, τη μικρή περίοδο επαρκούς πληρότητας λόγω εποχικότητας και στην ανεπαρκή ζήτηση.

### 3. Ανάλυση των Αποτελεσμάτων

#### 3.1 Πραγματοποιήσεις

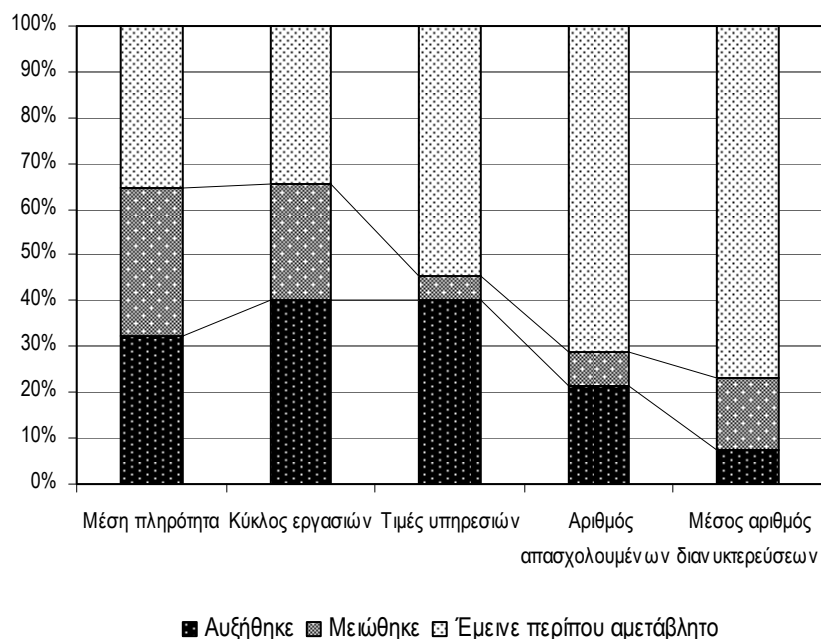
Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική η αποτύπωση των τάσεων που επικράτησαν κατά την θερινή περίοδο που πέρασε, βασίζεται στην ποσοστιαία κατανομή των επιχειρήσεων στις τρεις εναλλακτικές απαντήσεις («αύξηση» ή «στασιμότητα» ή «μείωση») καθώς και στις διαφορές μεταξύ των θετικών και αρνητικών απαντήσεων.

Αναλυτικότερα τα αποτελέσματα της δεύτερης εξαμηνιαίας έρευνας μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με αντικείμενο τις απόψεις των επιχειρήσεων για την τουριστική κίνηση της εφετινής περιόδου, έχουν ως εξής:

Όσον αφορά τη μέση πληρότητα, οι απαντήσεις είναι περίπου ισοκατανεμημένες στις τρεις εναλλακτικές απαντήσεις. Συγκεκριμένα, 35,2% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι η μέση πληρότητα ήταν περίπου η ίδια σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή θερινή περίοδο (Διάγραμμα 1). Αύξηση της μέσης πληρότητας διαπίστωσε το 32,4% και μείωση επίσης 32,4%. Μάλιστα, στις επιχειρήσεις που είχαν στασιμότητα, η μέση πληρότητα ανήλθε σε 71,8% έναντι 78,8% των επιχειρήσεων που είχαν αύξηση και 64,7% των επιχειρήσεων που είχαν μείωση. Συνολικά, η μέση πληρότητα ανήλθε σε 71,2% με βάση τις απαντήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος. Σημειώνεται ότι στην πρώτη έρευνα που διεξάχθηκε στην αρχή της τουριστικής περιόδου η πρόβλεψη για την μέση πληρότητα ήταν 73%.

Αύξηση του κύκλου εργασιών σημείωσε το 40,3% των επιχειρήσεων, ενώ αύξηση των τιμών των προσφερομένων υπηρεσιών σημειώθηκε στο 40,2%. Αντίθετα, μείωση του κύκλου εργασιών είχε το 25,4% των ξενοδοχείων και μείωση των τιμών το 5%, ενώ τα ποσοστά των επιχειρήσεων που τόσο ο κύκλος εργασιών όσο και οι τιμές παρέμειναν περίπου στα περυσινά επίπεδα ανέρχονται σε 34,4% και 54,8%, αντίστοιχα.

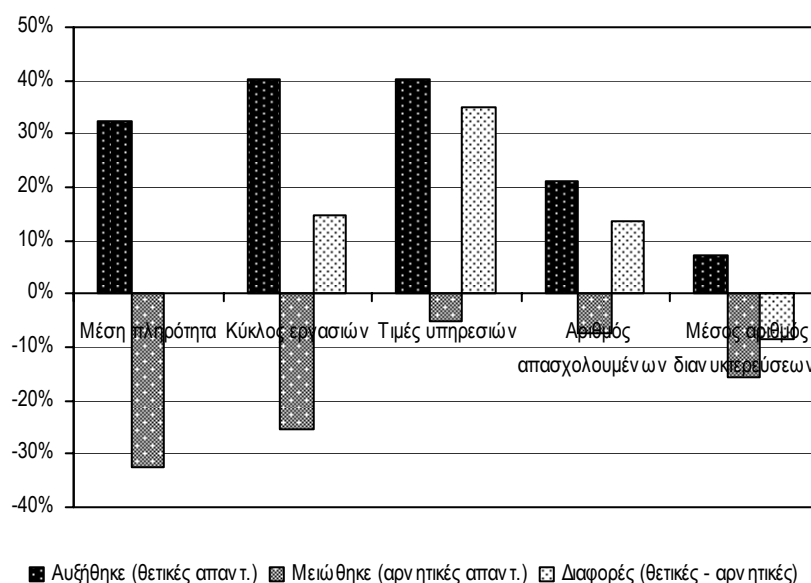
Η πλειονότητα (71,2%) των εκπροσώπων των ξενοδοχείων απάντησε ότι η απασχόληση στις επιχειρήσεις τους παρέμεινε στα ίδια με πέρυσι επίπεδα. Αύξηση της απασχόλησης είχε το 21,3% και μείωση μόνο το 7,5%.

**Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία Κατανομή Πραγματοποιήσεων**

Τέλος, όσον αφορά τη μέση διάρκεια παραμονής των πελατών σε διανυκτερεύσεις, η πλειονότητα (76,9%) των ερωτώμενων διατύπωσε την άποψη ότι ήταν περίπου η ίδια με πέρυσι, 7,3% ότι αυξήθηκε και 15,7% ότι μειώθηκε. Δεν σημειώνονται ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των εκτιμήσεων των τριών κατηγοριών και οι εκτιμήσεις για τη μέση διάρκεια παραμονής ανέρχονται από 5,3 έως 5,8 διανυκτερεύσεις. Συνολικά, η μέση παραμονή ανήλθε σε 5,7 διανυκτερεύσεις.

Οι διαφορές μεταξύ των ποσοστών των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι θα σημειωθεί αύξηση (θετικές απαντήσεις) και εκείνων που πιστεύουν ότι θα σημειωθεί μείωση (αρνητικές απαντήσεις) στις επιμέρους ερωτήσεις, αποτελούν δείκτες μέτρησης των πραγματοποιήσεων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Το Διάγραμμα 2 αποτυπώνει τις διαφορές μεταξύ των θετικών και αρνητικών απαντήσεων.

Στις περισσότερες ερωτήσεις (κύκλος εργασιών, τιμές υπηρεσιών και απασχόληση) τα ποσοστά των θετικών απαντήσεων είναι μεγαλύτερα των ποσοστών των αρνητικών απαντήσεων, αποτυπώνοντας έτσι μία κάπως ικανοποιητική άποψη για τις πραγματοποιήσεις της περασμένης περιόδου μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

**Διάγραμμα 2: Διαφορές μεταξύ Θετικών και Αρνητικών Πραγματοποιήσεων**

Στην ερώτηση που αφορούσε τη μέση πληρότητα η διαφορά ήταν μηδενική, και μόνο στην ερώτηση που αφορά το μέσο αριθμό των διανυκτερεύσεων των πελατών, η διαφορά είναι αρνητική (-8,4%).

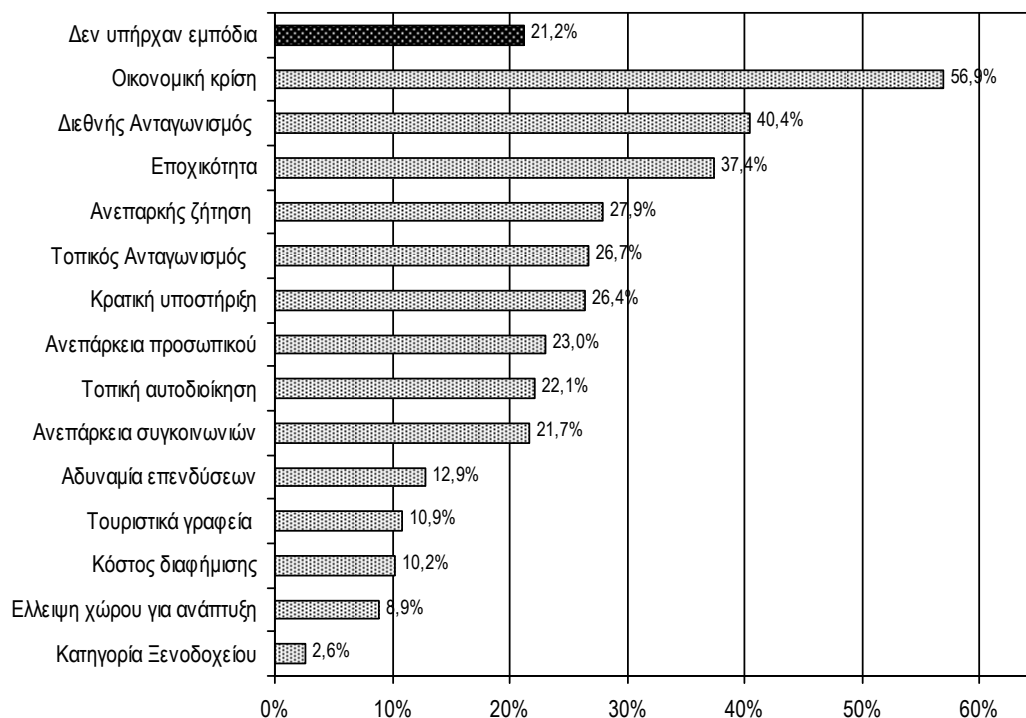
### 3.2 Εμπόδια Ανάπτυξης

Τα μεγάλα περιθώρια που υπάρχουν για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της χώρας μας φαίνονται από το γεγονός ότι μόνο το 21,2% των επιχειρήσεων πιστεύει ότι δεν υπάρχουν αξιόλογα εμπόδια, που να εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Αντίθετα, η πλειονότητα (78,8%) των επιχειρήσεων αντιμετωπίζει προβλήματα ανάπτυξης και πιστεύει ότι οι βασικοί παράγοντες που εμποδίζουν την ανάπτυξή τους είναι η γενική οικονομική κρίση (56,9%), ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός (40,4%) και η μικρή περίοδος επαρκούς πληρότητας λόγω εποχικότητας (37,4%) – Διάγραμμα 3.

Ακολουθούν η ανεπαρκής ζήτηση (27,9%), ο έντονος τοπικός ανταγωνισμός (26,7%), η ανεπαρκής κρατική υποστήριξη & γραφειοκρατία (26,4%), η ανεπάρκεια εξειδικευμένου

προσωπικού (23%), η ανεπαρκής υποστήριξη ή εμπόδια από την τοπική αυτοδιοίκηση (22,1%) και η ανεπάρκεια συγκοινωνιών στην περιοχή τους (21,7%).

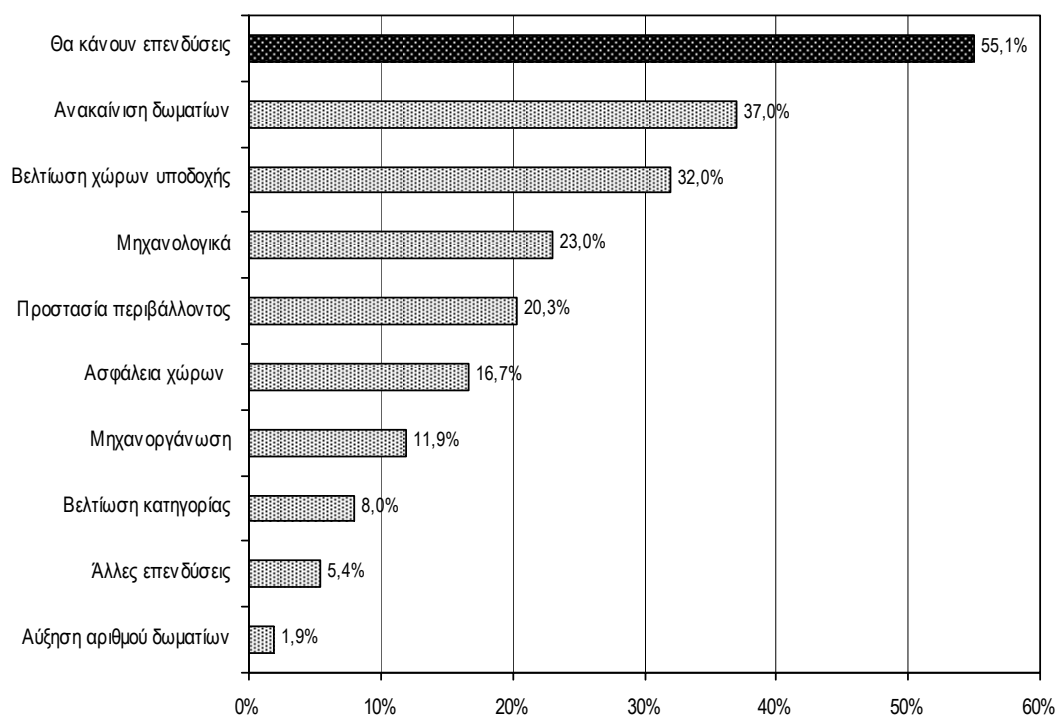
### Διάγραμμα 3: Παράγοντες που Εμποδίζουν την Ανάπτυξη της Επιχείρησης



### 3.3 Επενδύσεις

Το μάλλον αισιόδοξο κλίμα που επικρατεί μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, αλλά και η προσπάθεια που καταβάλουν για τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών, συνδέεται με τις επενδύσεις που σκοπεύουν να κάνουν οι επιχειρήσεις τη χειμερινή περίοδο που έρχεται (Διάγραμμα 4).

Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις (55,1%) σκοπεύουν να προχωρήσουν σε σημαντικές επενδύσεις που αφορούν κυρίως την ανακαίνιση δωματίων (37%), τη βελτίωση των χώρων υποδοχής (32%) και το μηχανολογικό εξοπλισμό (κλιματισμός, κλπ., 23%). Είναι ιδιαίτερα σημαντικό ότι μία στις πέντε επιχειρήσεις (20,3%) προγραμματίζει να κάνει επενδύσεις που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος.

**Διάγραμμα 4: Σημαντικότερες Προγραμματισμένες Επενδύσεις**

Ακολουθούν η ασφάλεια χώρων (16,7%), η μηχανοργάνωση (11,9%), η βελτίωση της κατηγορίας του ξενοδοχείου (8%) και η επέκταση / αύξηση του αριθμού των δωματίων (1,9%).

Σημειώνεται ότι όλα τα ποσοστά και οι δείκτες που αναφέρθηκαν στις προηγούμενες παραγράφους, προέκυψαν από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων αφού πρώτα σταθμίστηκαν με τη δυναμικότητα (κλίνες) κάθε ξενοδοχειακής μονάδας.

**3.4 Μηχανοργάνωση – Νέες Τεχνολογίες**

Τέλος, το επίπεδο της μηχανοργάνωσης των επιχειρήσεων του δείγματος κρίνεται ικανοποιητικό και οι περισσότερες επιχειρήσεις κάνουν χρήση των νέων τεχνολογιών. Συγκεκριμένα, το 83,4% των ξενοδοχείων χρησιμοποιεί το δια-δίκτυο (internet) για κρατήσεις με μέσο ποσοστό κρατήσεων 10%. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν



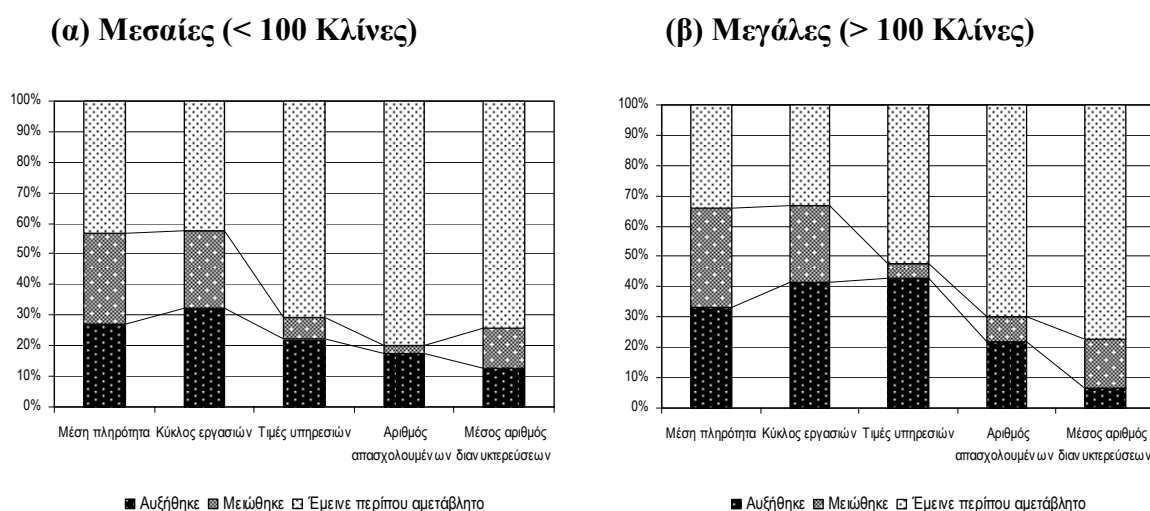
σελίδα με διαφήμιση στο δια-δίκτυο (site) ανέρχεται σε 88,9%, και από τις λοιπές επιχειρήσεις (11,1%), που δεν διαθέτουν, το 68,8% σκοπεύει να εγκαταστήσει στο άμεσο μέλλον.

#### 4. Σύγκριση μεταξύ Μεσαίων και Μεγάλων Επιχειρήσεων

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η έρευνα έγινε μεταξύ των 3.000 μεγαλύτερων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με δυναμικότητα πάνω από 60 κλίνες, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% του συνολικού δυναμικού της χώρας σε κλίνες. Στην έρευνα ανταποκρίθηκαν 289 επιχειρήσεις εκ των οποίων οι 104 έχουν μέγεθος έως και 100 κλίνες και μέση δυναμικότητα 76 κλινών, και οι λοιπές 185 έχουν μέγεθος άνω των 100 κλινών με μέση δυναμικότητα 271 κλίνες. Έτσι, στην παρούσα παράγραφο συγκρίνουμε τις απαντήσεις των δύο κατηγοριών των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων προκειμένου να διαπιστώσουμε τις διαφορές που επικρατούν μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων μονάδων.

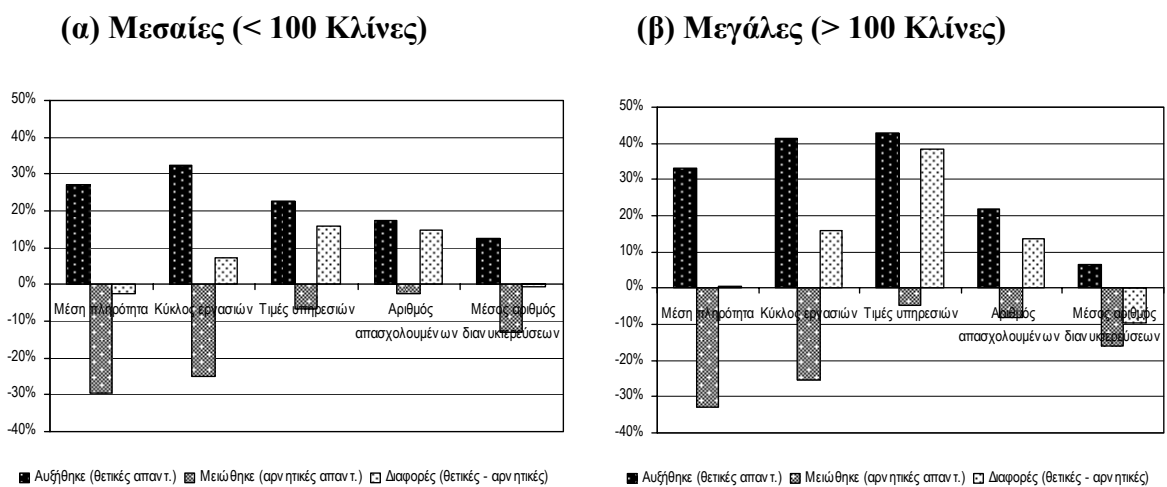
Το Διάγραμμα 5 απεικονίζει τις τάσεις που επικράτησαν με βάση τις ποσοστιαίες κατανομές των επιχειρήσεων στις τρεις εναλλακτικές απαντήσεις («αύξηση» ή «στασιμότητα» ή «μείωση»). Είναι εμφανής η υπεροχή των θετικών απαντήσεων (αύξηση) στις μεγάλες επιχειρήσεις.

**Διάγραμμα 5: Ποσοστιαία Κατανομή Πραγματοποιήσεων**



Σε όλες σχεδόν τις ερωτήσεις και συγκεκριμένα σε εκείνες που αφορούν τη μέση πληρότητα, τον κύκλο εργασιών, τις τιμές των υπηρεσιών και τον αριθμό των απασχολουμένων, τα ποσοστά των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι «αυξήθηκαν», είναι σημαντικά υψηλότερα στις μεγάλες επιχειρήσεις σε σύγκριση με τις μεσαίες επιχειρήσεις. Μόνο στην ερώτηση που αφορά τη μέση διάρκεια του αριθμού των διανυκτερεύσεων των επισκεπτών, το ποσοστό των θετικών απαντήσεων των μεγάλων επιχειρήσεων είναι μικρότερο από εκείνο των μεσαίων επιχειρήσεων. Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τις απαντήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος, η μέση διάρκεια παραμονής ανήλθε στις μεσαίου μεγέθους ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε 4,4 διανυκτερεύσεις και στις μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις σε 6,5 διανυκτερεύσεις, ενώ η μέση πληρότητα ανήλθε σε 67% στις μεσαίες και σε 73% στις μεγάλες.

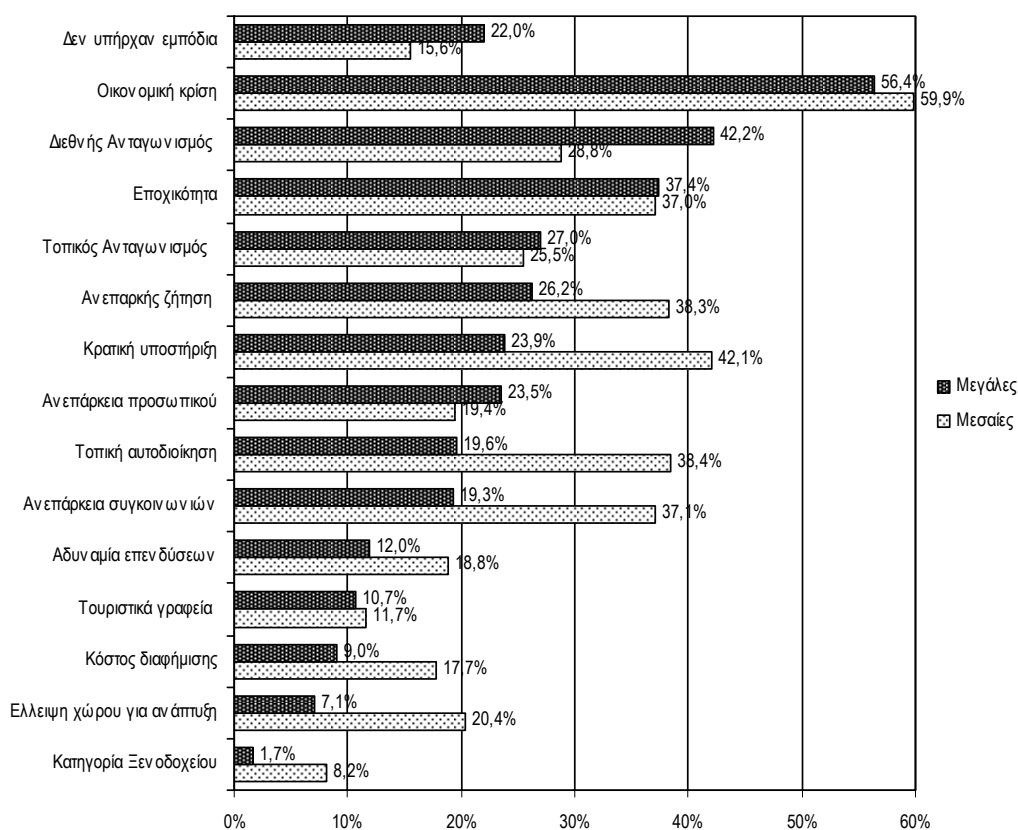
**Διάγραμμα 6: Διαφορές μεταξύ Θετικών και Αρνητικών Πραγματοποιήσεων**



Το Διάγραμμα 6 αποτυπώνει τις διαφορές μεταξύ των θετικών και αρνητικών απαντήσεων, που αποτελούν και δείκτες μέτρησης των πραγματοποιήσεων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Είναι και πάλι εμφανής η υπεροχή των θετικών απαντήσεων στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Οι μόνες εξαιρέσεις είναι η μέση πληρότητα, όπου η εικόνα είναι αρνητική στις μεσαίες επιχειρήσεις και οριακά θετική στις μεγάλες, και ο μέσος αριθμός διανυκτερεύσεων όπου εμφανίζεται η αρνητική τάση στις μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

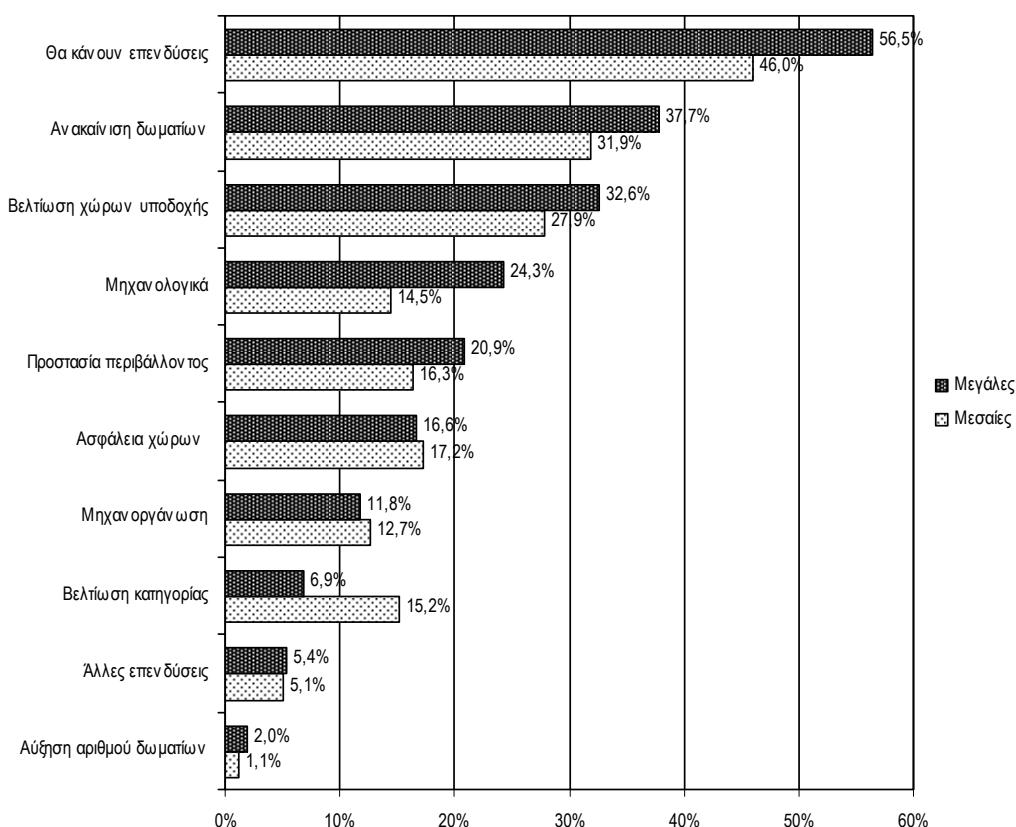
Διαφορές, επίσης, παρατηρούνται μεταξύ των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων ως προς τα εμπόδια που εμποδίζουν την ανάπτυξη τους (Διάγραμμα 7). Με εξαίρεση την γενική οικονομική κρίση και τη μικρή περίοδο επαρκούς πληρότητας λόγω εποχικότητας, που και στις δύο κατηγορίες θεωρούνται οι κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες με την ίδια σχεδόν βαρύτητα, η σειρά σπουδαιότητας διαφέρει στους λοιπούς παράγοντες. Για παράδειγμα, ο έντονος διεθνής ανταγωνισμός είναι ο δεύτερος σπουδαιότερος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη στις μεγάλες μονάδες (42,2%) και ο έκτος για τις μεσαίες επιχειρήσεις (28,8%). Στις μικρές επιχειρήσεις η ανάπτυξη εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την κρατική υποστήριξη (42,1%), την τοπική αυτοδιοίκηση (38,4%) και την επάρκεια των συγκοινωνιών στην περιοχή τους (37,1%). Αντίθετα, στις μεγάλες επιχειρήσεις αυτοί οι παράγοντες έχουν μικρή βαρύτητα ως αποτρεπτικές αιτίες για την ανάπτυξη τους. Ανάλογη εικόνα εμφανίζουν η αδυναμία επενδύσεων, το κόστος διαφήμισης και η έλλειψη χώρου για ανάπτυξη.

**Διάγραμμα 7: Παράγοντες που Εμποδίζουν την Ανάπτυξη της Επιχείρησης**



Το 56,5% των μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων σκοπεύει να προχωρήσει σε επενδύσεις κατά τη χειμερινή περίοδο έναντι 46% των μεσαίων επιχειρήσεων. Και στις δύο κατηγορίες η ανακαίνιση των δωματίων και βελτίωση των χώρων υποδοχής εμφανίζονται ως οι κυριότερες από τις προγραμματιζόμενες επενδύσεις. Ουσιαστικές διαφορές παρατηρούνται στο μηχανολογικό εξοπλισμό (κλιματισμός, κλπ.) και στη βελτίωση της κατηγορίας του ξενοδοχείου.

### Διάγραμμα 8: Σημαντικότερες Προγραμματισμένες Επενδύσεις



### 5. Σύγκριση μεταξύ Προβλέψεων και Πραγματοποιήσεων Μεγάλων Επιχειρήσεων

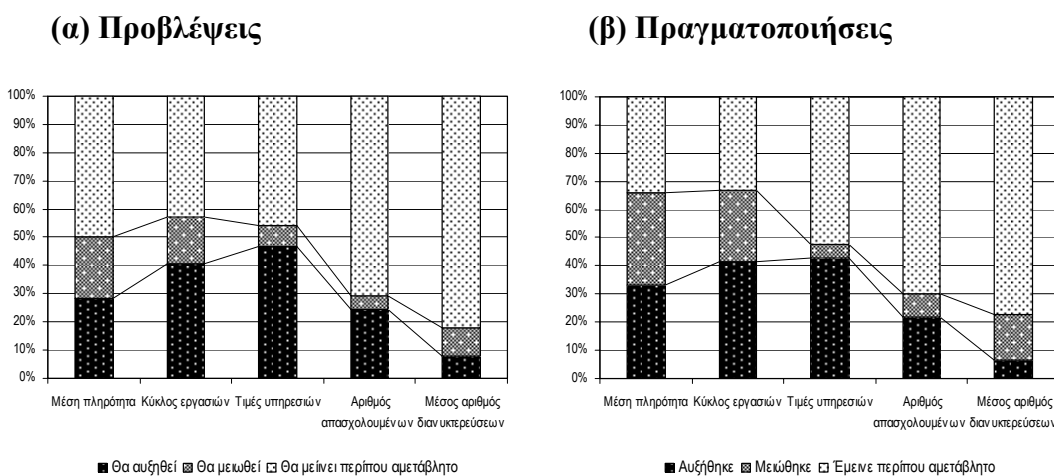
Η πρώτη έρευνα, που διεξάχθηκε στην αρχή της τουριστικής περιόδου και είχε ως αντικείμενο την καταγραφή των προβλέψεων των επιχειρήσεων για την επερχόμενη τουριστική περίοδο, έγινε μεταξύ των 1.000 μεγαλύτερων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με δυναμικότητα άνω των 100 κλινών. Είναι, επομένως, ενδιαφέρον να συγκρίνουμε τις

προσδοκίες των ξενοδόχων στην αρχή της τουριστικής περιόδου με τις διαπιστώσεις τους για την τουριστική κίνηση που πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο που πέρασε.

Το Διάγραμμα 9 παρουσιάζει την ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων των ερευνών. Είναι εμφανής η σχετική αισιοδοξία που επικρατούσε κατά την έναρξη της τουριστικής περιόδου. Πιο αναλυτικά, το ποσοστό των επιχειρήσεων που τελικά διαπίστωσε αύξηση της μέσης πληρότητας, είναι μεγαλύτερο από το ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέμενε αύξηση της πληρότητας στην αρχή της περιόδου. Όμως, η θετική αυτή εξέλιξη αντισταθμίστηκε από την αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων που είχαν μείωση της μέσης πληρότητας, με ταυτόχρονη μείωση του ποσοστού των μονάδων που είδαν την πληρότητα να παραμένει αμετάβλητη, με αποτέλεσμα ο τελικός δείκτης που προκύπτει από τη διαφορά μεταξύ θετικών απαντήσεων (αύξηση) και αρνητικών απαντήσεων (μείωση) να μειωθεί (Διάγραμμα 10). Παρόλα αυτά, οι προβλέψεις των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων πριν τη θερινή περίοδο για τη μέση πληρότητα, συμπίπτει με τις εκτιμήσεις τους για την μέση πληρότητα που τελικά επιτεύχθηκε (73%).

Σχεδόν ταύτιση σημειώνεται και στην εκτίμηση του μέσου αριθμού διανυκτερεύσεων. Η πρόβλεψη των εκπροσώπων των ξενοδοχείων ήταν 6,7 διανυκτερεύσεις, και κατά την εκτίμηση τους πραγματοποιήθηκαν κατά μέσο όρο 6,5 διανυκτερεύσεις.

### Διάγραμμα 9: Ποσοστιαία Κατανομή Απαντήσεων Μεγάλων Επιχειρήσεων



Στις λοιπές ερωτήσεις, κύκλος εργασιών, τιμές υπηρεσιών και αριθμός απασχολουμένων, τόσο η ποσοστιαία κατανομή των απαντήσεων (Διάγραμμα 9) όσο και οι διαφορές μεταξύ των θετικών και αρνητικών απαντήσεων (Διάγραμμα 10), δείχνουν ότι πραγματοποιήσεις προσεγγίζουν σε μεγάλο βαθμό τις προβλέψεις.

**Διάγραμμα 10: Διαφορές μεταξύ Θετικών και Αρνητικών Απαντήσεων**

