

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Ειδικότητα:
Υπάλληλος Τουριστικών Επιχειρήσεων

Γ' ΕΠΑ.Λ.

ΤΟΜΕΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΩΝ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ»

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ

ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ

ΜΑΡΙΝΑ Γ. ΜΠΟΥΡΔΗ
Εκπαιδευτικός Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης,
ΠΕ18, Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΣΤΕΦΑΝΟΣ Ν. ΚΑΠΕΛΛΑΣ
Εκπαιδευτικός Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης,
ΠΕ9, Οικονομολόγος
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Α. ΕΥΣΤΑΘΙΟΥ
Οικονομολόγος

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΡΙΑ

ΜΑΡΙΝΑ Γ. ΜΠΟΥΡΔΗ
Εκπαιδευτικός Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης,
ΠΕ18, Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΡΙΣΗΣ

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΛΑΛΟΥΜΗΣ
Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Ι.
ΣΠΥΡΟΣ ΣΙΑΤΡΑΣ
Εκπαιδευτικός Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης,
ΠΕ18, Τουριστικών Επιχειρήσεων
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΠΑΔΟΓΟΥΛΑΣ
Τουριστικών Επιχειρήσεων, MSc

ΓΛΩΣΣΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

ΕΙΡΗΝΗ ΚΟΥΡΟΥΝΗ
Φιλολόγος

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΔΗΜΗΤΡΕΛΟΥ
Μαθηματικός

ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ

Σταμάτης Αλαχιώτης

Καθηγητής Γενετικής Πανεπιστημίου Πατρών
Πρόεδρος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

- Επιστημονικός Υπεύθυνος του Έργου
Γεώργιος Βούτσινος
Σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου
- Υπεύθυνη του Τομέα Οικονομίας και Διοίκησης
Θεοχαρούλα Μαγουλά
Σύμβουλος του Π.Ι., Οικονομολόγος

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΑΝΕΚΔΟΣΗΣ

Η επανέκδοση του παρόντος βιβλίου πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών & Εκδόσεων «Διόφαντος» μέσω ψηφιακής μακέτας.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

**ΜΑΡΙΝΑ Γ. ΜΠΟΥΡΔΗ, ΣΤΕΦΑΝΟΣ Ν. ΚΑΠΕΛΛΑΣ,
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Α. ΕΥΣΤΑΘΙΟΥ**

Η συγγραφή και η επιστημονική επιμέλεια του βιβλίου πραγματοποιήθηκε
υπό την αιγίδα του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Γ΄ ΕΠΑ.Λ.

ΤΟΜΕΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Ειδικότητα: ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οι συγγραφείς εκφράζουν ευχαριστίες σε όλους τους συνεργάτες τους στο Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, γιατί με τη συμβολή τους έγινε δυνατή η παρουσίαση αυτού του βιβλίου.

Εκφράζουν επίσης ευχαριστίες στους:

- Κο Γεώργιο Κολτσιδόπουλο, που τους τίμησε με τη φιλία του.
- Κα Κατερίνα Αλεξοπούλου, για την τεχνική αρτιότητα του κειμένου και των σχημάτων.
- Κο Παναγιώτη Ρένεση και τους συνεργάτες του για την ηλεκτρονική σελιδοποίηση και φιλμογράφηση του βιβλίου.

Το φωτογραφικό υλικό του βιβλίου ανήκει στο προσωπικό αρχείο των συγγραφέων *Μπουρδή Μαρίνας* και *Καπέλλα Στέφανου*, εκτός από την Εικόνα 1.8 που είναι χορηγία του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις, στον αιώνα μας ο τουρισμός θα είναι ανάμεσα στις μεγάλες και συνεχώς αναπτυσσόμενες βιομηχανίες, μαζί με τις μεταφορές, την πληροφορική και τη βιοτεχνολογία.

Ο αριθμός των τουριστών σ' όλο τον κόσμο θα ανέλθει σε δύο δισεκατομμύρια στα αμέσως επόμενα χρόνια και ο τουρισμός θα οδηγήσει σε ανάπτυξη τους τόπους που αποτελούν "τουριστικούς προορισμούς".

Η χώρα μας είναι μία από τις πιο προνομιούχες τουριστικές περιοχές του κόσμου. Διαθέτει ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν, που στηρίζεται σε αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων τουριστικών προορισμών - την πολιτιστική, αρχαιολογική, φυσική και καλλιτεχνική κληρονομιά μας. Στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας, ο τουρισμός συμβάλλει σε μεγάλο ποσοστό στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος και απασχολεί σημαντικό μέρος του ενεργού δυναμικού της χώρας.

Η θέση των Τουριστικών Γραφείων στο τουριστικό κύκλωμα είναι καθοριστική. Σήμερα, τα μεγάλα Τουριστικά Γραφεία αποτελούν το ρυθμιστή της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης.

Το παρόν βιβλίο, το οποίο πραγματεύεται τις Λειτουργίες Τουριστικών Γραφείων, προορίζεται να καλύψει διδακτικές ανάγκες της ειδικότητας Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων του Τομέα Διοίκησης και Οικονομίας των Τεχνικών Επαγγελματικών Εκπαιδευτηρίων.

Στόχος των συγγραφέων είναι να εμπλουτιστούν οι γνώσεις των μαθητών στα πλαίσια της αρχικής επαγγελματικής τους εκπαίδευσης.

Φιλοδοξία τους είναι το παρόν σύγγραμμα να αποτελέσει ερέθισμα και "εργαλείο" δουλειάς για τη μετέπειτα επαγγελματική εξειδίκευση και σταδιοδρομία των μαθητών.

Οι συγγραφείς του βιβλίου ακολούθησαν το αναλυτικό πρόγραμμα, όπως δόθηκε από το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο. Σημειώνεται ότι για τη συγγραφή του εγχειριδίου αυτού αξιοποιήθηκε η παλαιότερη και σύγχρονη ελληνική βιβλιογραφία, καθώς και βιβλιογραφία διεθνής, ξενόγλωσση ή σε μετάφραση.

Επίσης, αξιοποιήθηκαν οι εξειδικευμένες γνώσεις και η εμπειρία συνεργατών σε Τουριστικά Γραφεία, τους οποίους οι συγγραφείς ευχαριστούν ιδιαίτερα για τη βοήθεια που τους προσέφεραν.

Θερμές ευχαριστίες, από τη θέση αυτή, εκφράζονται στο Παιδαγωγικό Ινστιτούτο το οποίο ανέθεσε τη συγγραφή αυτού του πονήματος, στα τρία επώνυμα μέλη της κριτικής επιτροπής που με τις παρατηρήσεις, τις υποδείξεις αλλά και τη συναδελφική τους ενθάρρυνση συνέβαλαν στο έργο των συγγραφέων, καθώς και σε κάθε άλλο συνεργάτη που συνέτέλεσε στην ολοκλήρωση της παρούσας συγγραφικής προσπάθειας.

Οι συγγραφείς

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1ο

ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

ΣΤΟΧΟΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Μετά τη μελέτη του κεφαλαίου αυτού πρέπει να είστε σε θέση να:

- ⊙ ορίζετε το φαινόμενο του τουρισμού
- ⊙ διακρίνετε τις διάφορες κατηγορίες τουριστών και τύπων τουρισμού
- ⊙ περιγράφετε τη θέση και το ρόλο του Τουριστικού Γραφείου στην ταξιδιωτική αγορά
- ⊙ αναλύετε τις εργασίες του Τουριστικού Γραφείου
- ⊙ διακρίνετε τους τύπους των Τουριστικών Γραφείων
- ⊙ αναφέρετε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των διάφορων τύπων Τουριστικών Γραφείων
- ⊙ περιγράφετε τις απαιτήσεις λειτουργίας κάθε τύπου Τουριστικού Γραφείου.



1.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

1.1.1 Το Φαινόμενο του Τουρισμού

Τουρισμός καλείται η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων, μεμονωμένα ή συλλογικά, από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής τους σε άλλο, η οποία διακίνηση αποσκοπεί γενικά στην ικανοποίηση ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας και προκαλεί τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων.

Ο Τουρισμός είναι ένα πολύπλοκο κοινωνικό φαινόμενο το οποίο γεννήθηκε και αναπτύχθηκε στις οργανωμένες κοινωνίες, μέσα σε συγκεκριμένες ιστορικές και οικονομικές συνθήκες και εξελίχθηκε παράλληλα με την πορεία του ανθρώπινου βίου.

Έτσι, περνώντας τις διάφορες ιστορικές φάσεις του, όπως από την **ξενία** της αρχαιότητας (υποδοχή και δωρεάν περιποίηση του ξένου κυρίως εντός της οικίας), **το προσκύνημα** - peregrinage (μετακίνηση προς ιερό τόπο, για ικανοποίηση του θρησκευτικού ενστίκτου), **τον τουρισμό των αριστοκρατών και των εισοδηματιών** - rentiers (με σκοπό την ψυχαγωγία των εύπορων οικονομικά τάξεων, ειδικά κατά τον 19ο αιώνα), σήμερα, ο τουρισμός έχει κοινωνικοποιηθεί και εκδημοκρατικοποιηθεί διεθνώς, η δε μετακίνηση των τουριστών έχει μαζικοποιηθεί και λαϊκοποιηθεί. Ο Τουρισμός έχει γίνει κοινωνική αναγκαιότητα, αναπόσπαστο τμήμα του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων, ταυτίζεται συχνά με μία ανάγκη ξεκούρασης και αντιμετωπίζεται ως δικαίωμα, όπως αυτό στη μόρφωση.



ΕΙΚΟΝΑ 1.1: Το Φαινόμενο του Τουρισμού

Ο Τουρισμός αποτελεί πλέον την πρώτη διεθνή οικονομική δραστηριότητα στις ανταλλαγές υπηρεσιών και προϊόντων. Η συνολική διεθνής τουριστική δαπάνη αντιπροσωπεύει ένα σημαντικότατο μέρος των διεθνών οικονομικών συναλλαγών. Οι διεθνείς τουριστικές μετακινήσεις ανάγονται σε σημαντικό παράγοντα κοινωνικής και οικονομικής συναλλαγής μεταξύ των κρατών και αποτελούν αντικείμενο διαπραγματεύσεων στα πλαίσια του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (World Trade Organization - W.T.O.), όσον αφορά στον καθορισμό των κανόνων της ελεύθερης άσκησης τουριστικών δραστηριοτήτων.

1.1.2 Ο Τουρίστας

Ο όρος Τουρισμός συχνά περιγράφει το “ταξίδι”, έννοια πιο πλατιά από αυτήν του τουρισμού, γιατί το ταξίδι μπορεί να είναι και μετακίνηση ανθρώπων για άλλους λόγους, π.χ. μετανάστες, πρόσφυγες κ.τ.λ.

Στη σύγχρονη όμως εποχή, με τις συγκεκριμένες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες, το ταξίδι τείνει να ταυτίζεται πλέον με τον τουρισμό και ο ταξιδιώτης με τον τουρίστα.

Έτσι, κάθε τουριστική δραστηριότητα, εξετάζεται κάτω από τον ευρύ όρο “ταξίδι”.

Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), για τις ανάγκες των διεθνών στατιστικών, διακρίνουμε τις ακόλουθες κατηγορίες του γενικού όρου “ταξιδιώτης”:

Ταξιδιώτες (travellers, voyagers) είναι εκείνα τα άτομα που, για οποιονδήποτε υποκειμενικό σκοπό, μετακινούνται από μια χώρα σε άλλη, ανεξαρτήτως μεταφορικού μέσου και χώρας μόνιμης κατοικίας και δηλώνουν τα στοιχεία τους.

Στη συνέχεια οι ταξιδιώτες διαχωρίζονται σε δύο ευδιάκριτες ομάδες:

- ❖ στους ταξιδιώτες (travellers) που ως **επισκέπτες (visitors)** μετακινούνται με τη θέλησή τους και με σκοπό την επίσκεψη και μόνο της άλλης χώρας,
- ❖ στους ταξιδιώτες (travellers) που εξαναγκάζονται στη μετακίνηση και βέβαια δεν συμπεριλαμβάνονται στις τουριστικές στατιστικές.
- ❖ Οι δυο αυτές μεγάλες κατηγορίες των ταξιδιωτών ομαδοποιούνται με τη σειρά τους ως ακολούθως:

Οι **ταξιδιώτες / επισκέπτες (travellers / visitors)** διακρίνονται στους:

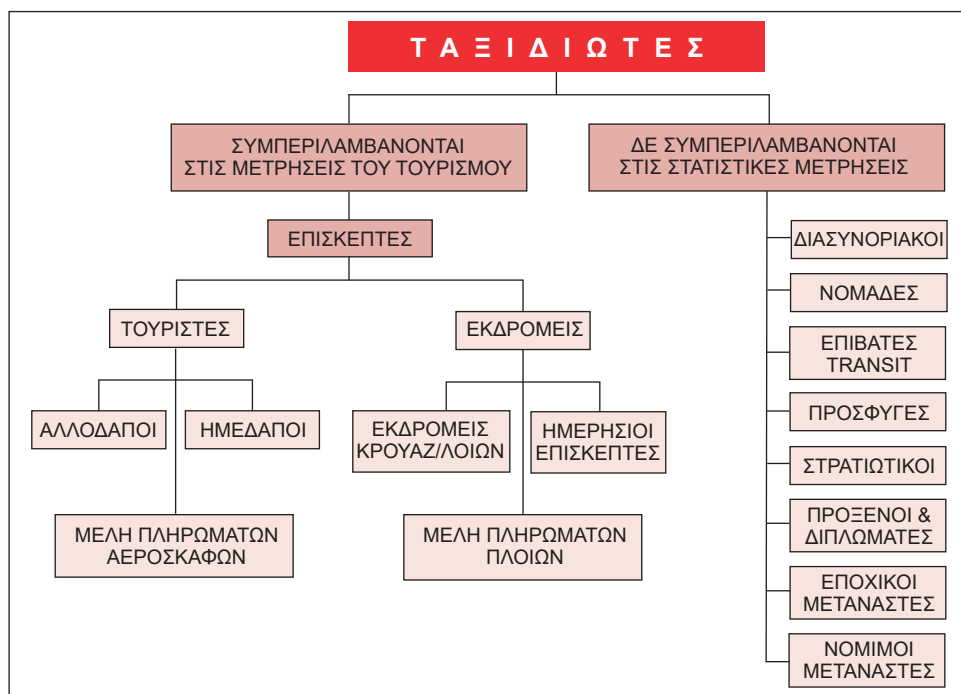
- ❖ **Τουρίστες (tourists):** άτομα που επισκέπτονται τη χώρα άφιξής τους για χρονική διάρκεια μεγαλύτερη των 24 ωρών και πραγματοποιούν μία τουλάχιστον διανυκτέρευση σ’ αυτή και διακρίνονται σε:
 - ✦ Αλλοδαπούς.
 - ✦ Ημεδαπούς.
 - ✦ Μέλη πληρωμάτων πλοίων / αεροσκαφών και στους
- ❖ **Εκδρομείς (excursionists ή same day visitors):** άτομα που επισκέπτονται τη χώρα άφιξής τους για χρονική διάρκεια μικρότερη των 24 ωρών και δεν πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση και διακρίνονται σε:

- ♦ Επιβάτες κρουαζιερόπλοιων.
- ♦ Ημερήσιους επισκέπτες.
- ♦ Μέλη πληρωμάτων πλοίων.

Οι ταξιδιώτες / μη συμπεριλαμβανόμενοι στις τουριστικές στατιστικές είναι:

- ❖ Οι διασυνοριακοί εργαζόμενοι (border workers).
- ❖ Οι νομάδες (nomads).
- ❖ Οι επιβάτες διαμετακόμισης (transit passengers).
- ❖ Οι πρόσφυγες (refugees).
- ❖ Τα μέλη στρατιωτικών δυνάμεων (member of the armed forces).
- ❖ Οι προξενικές και διπλωματικές αντιπροσωπείες (representation of consulates and diplomats).
- ❖ Οι εποχικοί μετανάστες (temporary immigrants).
- ❖ Οι μόνιμοι μετανάστες (permanent immigrants).

Στον εσωτερικό τουρισμό ο τόπος προέλευσης και ο τόπος προορισμού βρίσκονται στην ίδια χώρα.



ΣΧΗΜΑ 1.1 Κατηγορίες Ταξιδιωτών

1.1.3 Οι Τύποι Τουρισμού

Επειδή οι διάφορες μετακινήσεις έχουν ως βάση τους διαφορετικά αίτια ή κίνητρα, εκτός από τις παραπάνω κατηγορίες “ταξιδιωτών”, μπορούμε να αναλύσουμε τον τουρισμό σε πολλούς τύπους ακόμη, όπως:

❖ **Ανάλογα με το σκοπό (αποστολή) που εξυπηρετεί:**

- ❖ Τουρισμός ψυχικής τέρψης και ξεκούρασης:
 - ✦ Αναψυχής.
 - ✦ Ψυχαγωγικός, μορφωτικός.
 - ✦ Περιπέτειας.
 - ✦ Περιέργειας, εξερεύνησης.
 - ✦ Χόμπυ, εναλλακτικός (alternative).
- ❖ Πολιτιστικός, καλλιτεχνικός, ιστορικός.
- ❖ Θεραπευτικός ή υγείας ή θερμαλισμός.
- ❖ Αθλητικός, ορειβατικός.
- ❖ Θρησκευτικός.
- ❖ Εκπαιδευτικός.
- ❖ Περιβαλλοντικός, φυσιολατρικός.
- ❖ Επαγγελματικός τουρισμός:
 - ✦ συνεδριακός,
 - ✦ εκθέσεων,
 - ✦ επαγγελματικών αποστολών,
 - ✦ φοιτητικός.

❖ **Ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν:**

- ❖ Ατομικός.
- ❖ Μικρο-ομαδικός, οικογενειακός, ζευγαριών, φίλων.
- ❖ Ομαδικός.

❖ **Ανάλογα με τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται:**

- ❖ Εδάφους (πεζοπορικός, ποδηλατικός, με αυτοκίνητο, με λεωφορείο, με σιδηρόδρομο).
- ❖ Ποταμών ή θάλασσας (κρουαζιέρες, ακτοπλοϊκός).
- ❖ Αεροπορικός.

❖ **Ανάλογα με το γεωγραφικό περιβάλλον του προορισμού:**

- ❖ Εσωτερικός (εθνικός).
- ❖ Διεθνής.

❖ **Ανάλογα με την εποχή:**

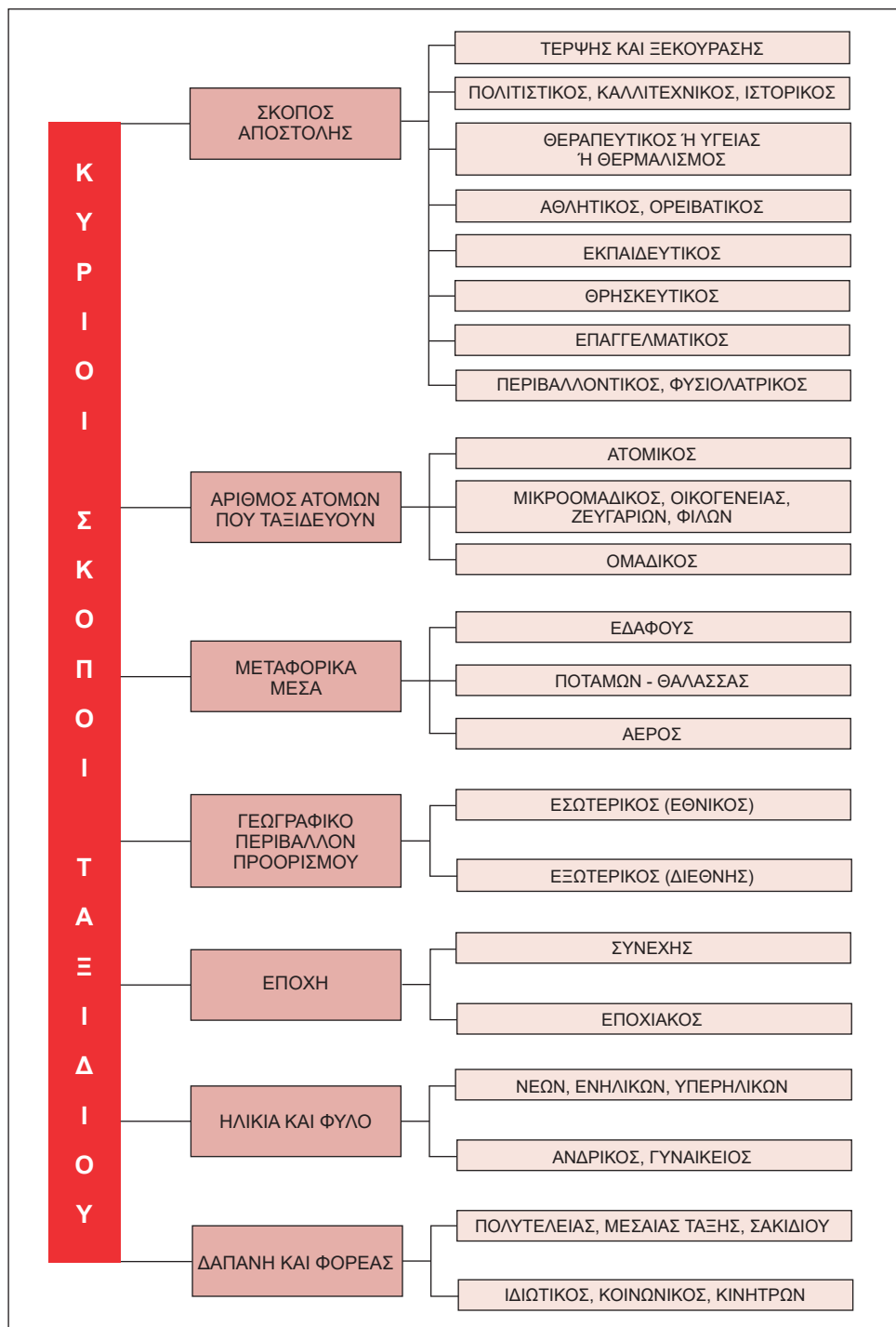
- ❖ Συνεχής.
- ❖ Εποχιακός.
 - ✦ Χειμερινός, Θερινός κ.τ.λ.
 - ✦ Αιχμής, Νεκράς περιόδου.

❖ **Ανάλογα με την ηλικία και το φύλο:**

- ❖ Νέων, ενηλίκων, υπερηλίκων.
- ❖ Ανδρικός, γυναικείος.

❖ **Ανάλογα με το ύψος της δαπάνης και το φορέα:**

- ❖ Πολυτελείας, μεσαίας τάξης, “σακιδίου”.
- ❖ Ιδιωτικός, κοινωνικός, κινήτρων (εταιρικός).

**ΣΧΗΜΑ 1.2** Τύποι Τουρισμού

1.1.4 Η Τουριστική Αγορά

Ο όρος Τουριστική Αγορά αναφέρεται στην προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Η Τουριστική Αγορά δεν περιορίζεται χωροταξικά. Ο χώρος όπου πραγματοποιούνται οι συναλλαγές δεν είναι πλέον καθορισμένος. Ο ταξιδιώτης-επισκέπτης είτε ως τουρίστας είτε ως εκδρομέας, με όλους τους τύπους τουρισμού που δημιουργεί, αποτελεί το θεμέλιο της ζήτησης για τουρισμό, ο οποίος είναι μία κοινωνική ανάγκη που επαναλαμβάνεται και διευρύνεται.

Στην Τουριστική Αγορά, ως μέρος της ταξιδιωτικής αγοράς, “παράγεται” μια μεγάλη κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών, μεταφοράς, διαμονής, διατροφής, εξυπηρέτησης και διασκέδασης, ώστε να αποκαλείται “τουριστική βιομηχανία” ή “βιομηχανία χωρίς καμινάδες”, με την οποία ασχολούνται ιδιώτες επιχειρηματίες και δημόσιοι φορείς.

Έτσι, ως Τουριστική Αγορά ορίζεται το σύνολο της δραστηριότητας που αναπτύσσουν πωλητές και αγοραστές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, η οποία οδηγεί στην ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών των αγοραστών. Η διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών από τους πωλητές στους αγοραστές πραγματοποιείται με σκοπό το κέρδος.

Η Τουριστική Αγορά περιέχει τα παρακάτω συστατικά στοιχεία:

- τους **πωλητές και αγοραστές** τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, φυσικά ή νομικά πρόσωπα,
- τα **τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες**, που αποτελούν αντικείμενα συναλλαγής,
- τον **τόπο** όπου πραγματοποιούνται συναλλαγές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- τους **κανόνες** που ρυθμίζουν τις διαδικασίες που ακολουθούνται στις συναλλαγές μεταξύ πωλητών και αγοραστών.

Τα **τουριστικά** ή **ταξιδιωτικά γραφεία** αποτελούν το βασικό λειτουργικό στοιχείο του ταξιδιού, γιατί αποτελούν αφ’ ενός τον μηχανισμό παροχής υπηρεσιών για μετακίνηση προς τους τουριστικούς τόπους, αφ’ ετέρου μέρος του μηχανισμού προβολής του τουριστικού προϊόντος.

1.1.5 Η Τουριστική Ζήτηση (ο Τουρίστας Καταναλωτής)

Η Τουριστική Ζήτηση αντιπροσωπεύει τις ποσότητες των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες, και αποσκοπεί στην ικανοποίηση των διάφορων αναγκών τους μια δεδομένη χρονική στιγμή.

Η ικανοποίηση την οποία επιδιώκει ο τουρίστας μέσω της τουριστικής κατανάλωσης, ενεργοποιεί ένα μεγάλο αριθμό διαφορετικών οικονομικών δραστηριοτήτων και πόρων, όπως μεταφορικά μέσα, τουριστικά καταλύματα, τρόφιμα, ποτά, διασκέδαση, οργάνωση, διοίκηση κ.α.

Η ετερογένεια αυτή που χαρακτηρίζει την τουριστική ζήτηση συνθέτει και τη δομή του τουριστικού τομέα.

Η τουριστική δραστηριότητα, παρ' όλες τις μεταβολές στην ιστορική της διαδρομή, διατηρεί τα ίδια συστατικά στοιχεία. Ως “γενεσιουργός αιτία” συμμετέχει σε όλους σχεδόν τους κλάδους της οικονομίας στον τόπο προέλευσης και στον τόπο προορισμού του τουρίστα-πελάτη. Εμφανίζεται είτε ως “ενεργητικός τουρισμός”, που αφορά τα μεταφορικά μέσα (φάση κινητική και δυναμική) είτε ως “τουρισμός της υποδοχής”, που αφορά την παραμονή του τουρίστα-πελάτη (φάση ακίνητη και στατική). Επιβεβαιώνεται έτσι η διπλή και πολύ αλληλεξαρτημένη φύση του τουρισμού.

1.1.6 Η Τουριστική Προσφορά (το Τουριστικό Προϊόν)

Η Τουριστική Προσφορά αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που έχει να προσφέρει ο τουριστικός προορισμός και τα οποία προτείνονται στους υπάρχοντες και πιθανούς τουρίστες, για την ικανοποίηση “τουριστικών” αναγκών.

Το Τουριστικό Προϊόν από τη φύση του είναι σύνθετο, μείγμα υλικών και άυλων στοιχείων φυσικών ή τεχνητών (θάλασσα, υποδομές, ανωδομές, ήλιος, πολιτισμός, κλίμα).

Το Τουριστικό Προϊόν αποσκοπεί να ικανοποιήσει συγκεκριμένες ομάδες τουριστών - καταναλωτών με τον κατάλληλο συνδυασμό των συστατικών στοιχείων του.

Η ζήτηση και η προσφορά ενός Τουριστικού Προορισμού αποτελούν το πλαίσιο όπου δραστηριοποιείται επιχειρηματικά ένα Τουριστικό Γραφείο.

1.1.7 Οι Τουριστικές Επιχειρήσεις

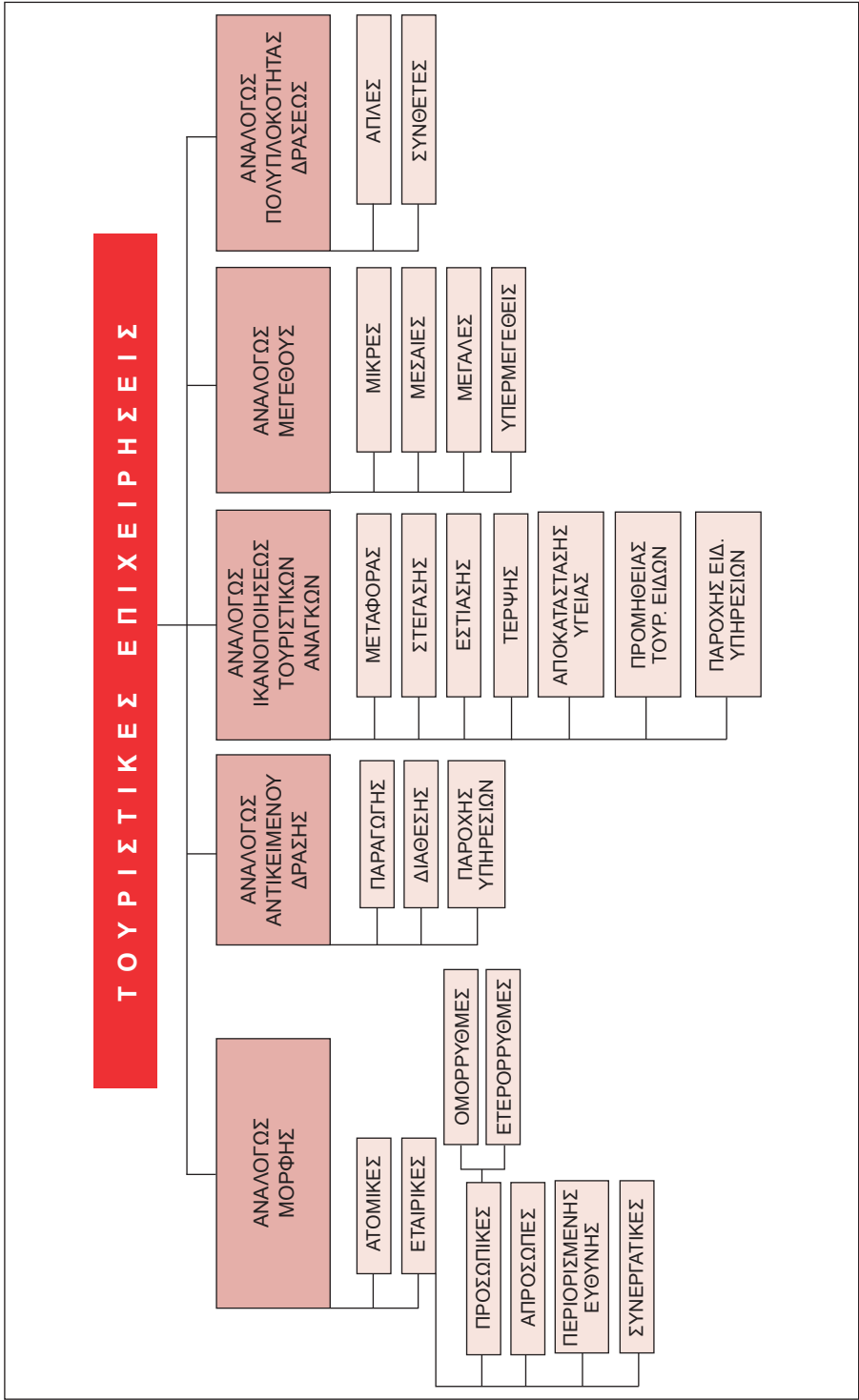
Τουριστικές ονομάζονται οι **επιχειρήσεις** που παράγουν και διαθέτουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση κυρίως των τουριστών.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να ταξινομηθούν σύμφωνα με πολλά κριτήρια.

Ανάλογα με **το αντικείμενο δράσης τους** μπορούμε να τις διακρίνουμε:

- στα διαφόρων τύπων καταλύματα (ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κ.ά.),
- στα Τουριστικά Γραφεία,
- στις διαφόρων ειδών μεταφορικές επιχειρήσεις (αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες, τουριστικά λεωφορεία, κ.ά.),
- στις διαφόρων τύπων επισιτιστικές επιχειρήσεις και κέντρα διασκέδασης,
- στις επιχειρήσεις άμεσης ή έμμεσης εξυπηρέτησης τουριστών (ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κ.ά.),
- στις παρατουριστικές επιχειρήσεις (καταστήματα αναμνηστικών ειδών, κ.ά.).

Μια άλλη ταξινόμηση των τουριστικών επιχειρήσεων εμφανίζεται στο παρακάτω σχήμα.



ΣΧΗΜΑ 1.3 Ταξινόμηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

1.1.8 Τα Τουριστικά Γραφεία

Ένα ουσιαστικό στοιχείο της τουριστικής βιομηχανίας με ρόλο μεγάλο και αποφασιστικό αποτελούν τα Τουριστικά ή Ταξιδιωτικά Γραφεία, για τα οποία θα μιλήσουμε διεξοδικά παρακάτω.

1.1.8.1 Η Θέση και ο Ρόλος του Τουριστικού Γραφείου

Το **Τουριστικό ή ταξιδιωτικό γραφείο** είναι μια εμπορική επιχείρηση η οποία λειτουργεί ως ενδιάμεσος φορέας στη διανομή των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Παρεμβαίνει μεταξύ των τουριστών-πελατών και του τελικού τουριστικού προϊόντος ή υπηρεσίας.

Το Τουριστικό Γραφείο, ως μεσολαβητική επιχείρηση, συγκεντρώνει και διαθέτει συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, τα οποία διαθέτει συνολικά, σε ένα είδος “πακέτου” ή μεμονωμένα.

Πιο συγκεκριμένα, το Τουριστικό Γραφείο μεσολαβεί ανάμεσα στον τουρίστα-καταναλωτή και στους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως είναι οι μεταφορικές επιχειρήσεις, οι καταλυματικές επιχειρήσεις, οι επισιτιστικές κ.ά. επιχειρήσεις. Ακόμη το Τουριστικό Γραφείο μεσολαβεί για τη διάθεση των προϊόντων και υπηρεσιών μεγάλων τουριστικών οργανισμών, διοργανωτών - παραγωγών (χονδρεμπόρων) αυτών των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Το Τουριστικό Γραφείο είναι για τον τουρισμό ότι και ο έμπορος για τη βιομηχανία.

Είναι ο πωλητής των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, ο διανομέας ο οποίος διοχετεύει τους τουρίστες-καταναλωτές στους τουριστικούς τόπους για την κατανάλωση του τουριστικού “προϊόντος”.

Η σύγχρονη ταξιδιωτική “πρακτόρευση” έχει χαρακτήρα επιχείρησης εξελιγμένης μορφής. Η λειτουργία της συγκροτεί τεχνική που προσιδιάζει στην τεχνική προώθησης προϊόντων.

Το Τουριστικό Γραφείο πουλάει ουσιαστικά την ποιότητα των υπηρεσιών του, με την έννοια ότι δεν έχει άμεσα ένα δικό του προϊόν να πουλήσει (π.χ. κατάλυμα, μέσο μετακίνησης, εστίαση, διασκέδαση κ.τ.λ.).

Αυτό το προϊόν - υπηρεσία αναπτύσσεται, από μια άποψη, με το τρίπτυχο:

- ✓ Προώθηση του προϊόντος (Promotion).
- ✓ Ανάληψη υποχρέωσης κάλυψης ορισμένων πωλήσεων (Allotment).
- ✓ Επιβεβαίωση πωλήσεων (Booking).

Η **πρώτη** φάση αφορά την προσπάθεια του τουριστικού πράκτορα να “πωλήσει” σε μια αγορά το τουριστικό προϊόν, π.χ. ξενοδοχεία.

Η **δεύτερη** φάση αφορά την ανάληψη της υποχρέωσης (ρίσκου) για πώληση ορισμένης “ποσότητας” τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών π.χ. κλινών σε μια τουριστική περίοδο, χωρίς συγκεκριμένη κάλυψη από “παραγγελίες”.

Η **τρίτη** φάση αφορά την επιβεβαίωση των πωληθέντων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με την αποστολή στους “παραγωγούς” τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών π.χ. ξενοδόχους, των “παραγγελιών”.

1.1.8.2 Ο Ορισμός του Τουριστικού Γραφείου

Σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία (Ν. 393/1976), τα ταξιδιωτικά γραφεία είναι μόνιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που, με τα υλικά, άυλα και έμψυχα μέσα και την πληροφόρηση που διαθέτουν, αναλαμβάνουν τη μεταφορά ή διακίνηση ή διαμονή ή ψυχαγωγία μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων μέσα και έξω από τη χώρα.

Οι όροι Τουριστικό Γραφείο, Ταξιδιωτικό Γραφείο, Τουριστικό Πρακτορείο, Ταξιδιωτικό Πρακτορείο, Τουριστικός Πράκτορας, Ταξιδιωτικός Πράκτορας χρησιμοποιούνται κατά περίπτωση χωρίς ιδιαίτερη διάκριση.

Η κύρια πηγή εισοδήματος για ένα Τουριστικό Γραφείο είναι οι “προμήθειες” που αποκομίζει στο σύνολο των πωλήσεών του, από τις αεροπορικές εταιρίες (έκδοση εισιτηρίων), τα ξενοδοχεία (πώληση διανυκτερεύσεων), τις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων (ενοικίαση αυτοκινήτων), τις επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής (πώληση γευμάτων, ποτών, διασκέδασης). Το ύψος των προμηθειών εξαρτάται από το ύψος και τη συχνότητα των πωλήσεων που πραγματοποιεί. Ενδεικτικά, από τις αεροπορικές εταιρίες παίρνει 7% - 9%, από τα ξενοδοχεία 8% - 25%, από τις επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων 20% - 40%, από την ακτοπλοΐα 4% - 12%, από τα κρουαζιερόπλοια 15% - 50%.

1.1.8.3 Οι Εργασίες του Τουριστικού Γραφείου

Οι κυριότερες εργασίες ενός Τουριστικού Γραφείου κατά το νόμο είναι οι παρακάτω:

- Καταρτίζει και εκτελεί ατομικά ή ομαδικά προγράμματα εκδρομών, περιηγήσεων μέσα και έξω από τη χώρα, με ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα (χερσαία, αεροπορικά, θαλάσσια).
- Μεσολαβεί και διασφαλίζει την ενοικίαση καταλύματος διαμονής, τη σίτιση, την αναψυχή, την ψυχαγωγία και τα μέσα μετακίνησης.
- Μεσολαβεί για την έκδοση εισιτηρίων κάθε μεταφορικού μέσου, καθώς και διαβατηρίων.
- Διαμεσολαβεί για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων.
- Παραλαμβάνει και μεταφέρει και πολλές φορές διακινεί τις αποσκευές των πελατών ημεδαπών ή αλλοδαπών.
- Παρέχει πληροφόρηση και υπηρεσίες κάθε τύπου σε άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό, όπως είναι η προβολή τουριστικών μονάδων, η διάθεση εισιτηρίων για τα μουσεία, για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις που διενεργούνται από τον Ε.Ο.Τ. ή άλλους φορείς και για αξιοθέατα (Εκθέσεις, Διεθνείς αγώνες).
- Προσφέρει στους πελάτες του υπηρεσίες ξεναγών, συνοδών, διερμηνέων, ανταλλαγής συναλλάγματος κ.ά.

Όλες οι παραπάνω εργασίες που αναφέραμε ότι διεξάγει ένα Τουριστικό Γραφείο αποτελούν τα “προϊόντα” του.

Για να τις εκτελέσει δε, συνάπτει συνεργασίες με επιχειρήσεις παραγωγής τουριστικών υπηρεσιών, που αποτελούν τους πελάτες ή τους προμηθευτές του, όπως ξενοδοχεία, εταιρείες αεροπορικές, ναυτιλιακές, λεωφορείων, ενοικίασης αυτοκινήτων κ.ά.



ΕΙΚΟΝΑ 1.2: Τουριστικό Γραφείο

1.1.8.4 Η Ιστορική Εξέλιξη των Τουριστικών Γραφείων

Η ιστορική εξέλιξη των Τουριστικών Γραφείων είναι συνδεδεμένη με την εξέλιξη της διαδικασίας παραγωγής του τουριστικού ταξιδιού ως ενιαίου προϊόντος.

Ήδη από τα μέσα του 18ου αιώνα και μετά, διαμορφώνονται οι κοινωνικο-οικονομικές προϋποθέσεις (δημιουργία μεγαλοαστικής τάξης κλπ.), που επιτρέπουν την εξατομικευμένη μετακίνηση για αναψυχή, με βάση ένα σχετικά οργανωμένο ταξιδιωτικό σχέδιο.

Από τα μέσα του 19ου αιώνα και μετά, η εμφάνιση της επιχείρησης “πρακτορείο ταξιδίων” κάνει δυνατή την πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής με βάση ένα σχετικά οργανωμένο και εμπορεύσιμο ταξιδιωτικό σχέδιο, του οποίου τα συστατικά στοιχεία (**μεταφορά, κατάλυμα, τροφή, πληροφόρηση**) ως προϊόντα αγοράζονται από τον τουρίστα-καταναλωτή της εποχής.

Τα πρακτορεία ταξιδίων ως επιχειρηματική μορφή λειτούργησαν αρχικά για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των διεθνών μετακινήσεων για επαγγελματικούς σκοπούς και αργότερα άρχισαν να ικανοποιούν τις ανάγκες του τουρισμού των ευγενών και των μεγαλοαστών.

Έτσι με τη νέα αυτή ζήτηση διέυρυναν τις δραστηριότητές τους, αξιοποίησαν την υπάρχουσα υποδομή τους και πέτυχαν μεγαλύτερη απασχόληση του παραγωγικού δυναμικού τους (τεχνογνωσία, πληροφόρηση) διαμορφώνοντας ένα “ενιαίο” και “ομοιογενές” τελικό προϊόν.

Το Αγγλικό γραφείο ταξιδίων Thomas Cook είναι το κλασικό παράδειγμα της εξελικτικής πορείας των Τουριστικών Γραφείων, το οποίο με την “οργάνωση” του τουριστικού ταξιδιού διασφάλισε πρώτο, όλα εκείνα τα στοιχεία που ο ταξιδιώτης καταναλωτής είχε ανάγκη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.

Έτσι, το 1841 με την πραγματοποίηση της πρώτης οργανωμένης ομαδικής εκδρομής, γεννιέται η οργανωμένη μαζική ζήτηση για μεταφορά προσώπων σε τιμή κατώτερη της κατ’ άτομο ισχύουσας.

Το 1850 ο Thomas Cook, με το περιοδικό “Excursionist” εισάγει τη διαφήμιση για ταξίδια επίσκεψης και πραγματοποιεί για πρώτη φορά κυκλικές περιηγήσεις στην Ευρώπη εγκαινιάζοντας με τον τρόπο αυτό την πρώτη παραγωγή και διάθεση της σύνθετης μετακίνησης (μεταφορά, κατάλυμα, τροφή).

Το 1851 με αφορμή την Παγκόσμια Έκθεση του Λονδίνου, οργανώνει τη μαζική υποδοχή επισκεπτών προσφέροντας τιμές μικρότερες από αυτές που θα πλήρωνε ο κάθε επισκέπτης χωριστά (Τουρισμός Εκθέσεων).

Το 1862 θεσπίζει για πρώτη φορά το θεσμό του “Ατομικά Οργανωμένου Ταξιδιού” (Inclusive Individual Tour), δηλαδή την ταξιδιωτική διαδρομή της οποίας τα συστατικά στοιχεία καθώς και οι συνθήκες προσφοράς αυτών των στοιχείων είναι από την αρχή γνωστά στον ταξιδιώτη-καταναλωτή.

Πρόκειται για τη γέννηση του “επί παραγγελία ταξιδιού-προϊόντος” (Tailored Made Package Tour).

Το 1871 ο Thomas Cook εισάγει τρεις ακόμη καινοτομίες:

- ✓ Εφαρμόζει για πρώτη φορά την πώληση του (τουριστικού) προϊόντος “επί πιστώσει”, με πληρωμή του ξενοδοχείου μετά την επιστροφή του πελάτη.
- ✓ Εισάγει την έννοια και χρήση της “εντολής παροχής υπηρεσιών” (Voucher).
- ✓ Εισάγει τη χρήση του ενός εισιτηρίου για όλες τις συμβεβλημένες σιδηροδρομικές εταιρείες για μια ορισμένη χρονική περίοδο.

Το 1891 εισάγει τη μορφή πληρωμής με πιστωτικά κουπόνια (Circular note), ιδέα που η εταιρία American Express μετασχηματίζει στις ταξιδιωτικές επιταγές (travellers cheques).

Το 1927 το διεθνές πλέον Τουριστικό Γραφείο Thomas Cook & Son πραγματοποιεί το πρώτο ταξίδι με την ευκαιρία ενός πυγμαχικού αγώνα, θεσπίζοντας έτσι το βραχυχρόνιο τουρισμό “εκδηλώσεων ή γεγονότων” (αθλητικών, πολιτιστικών) ως συνέχεια του εκθεσιακού τουρισμού.

Ανεξάρτητα από τις ιδιαιτερότητες στην οργάνωση της ταξιδιωτικής πρακτόρευσης, τα γραφεία τουρισμού παρουσιάζουν πλέον ομοιομορφία στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων τους, στοιχείο που τους δίνει τη δυνατότητα συνεργασιών, συγχωνεύσεων και εξάπλωσης, διεθνώς.

Τα στοιχεία, λοιπόν, του τουριστικού φαινομένου, η επιθυμία και η δυνατότητα πραγματοποίησης ενός ταξιδιού, μέσα από την πληροφόρηση των έντυπων “οδηγών ταξιδιών” και την ατομική μέριμνα για την οργάνωση του ταξιδιού, συμπληρώνονται και ωριμάζουν με την αντικατάστασή τους από τις διαμεσολαβητικές λειτουργίες των τουριστικών επιχειρήσεων, της συνδυασμένης πληροφόρησης και εξασφάλισης του ταξιδιού ως ενιαίου προϊόντος, έναντι αμοιβής ή προμήθειας.

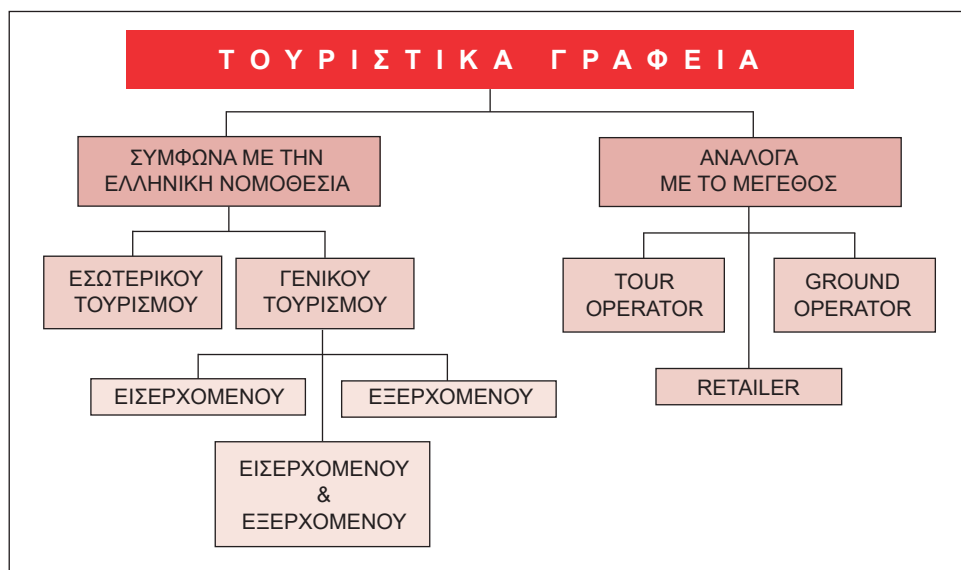
Μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο η κοινωνικοοικονομική εξέλιξη μετατρέπει το τουριστικό ταξίδι σε κοινωνικά αναγκαίο αγαθό και βασικό αποτέλεσμα κοινωνικών κατακτήσεων μεταξύ των οποίων είναι η “άδεια με αποδοχές”, η καθιέρωση ημερήσιας άδειας (geros), η ημερήσια μείωση ωρών εργασίας κ.ά. Η διαδικασία αυτή, της μαζικοποίησης του τουριστικού ταξιδιού, επιτυγχάνεται με τη μετεξέλιξη της δομής του τουριστικού πρακτορείου και του “προϊόντος” του.

Η μεταλλαγή αυτή σηματοδοτείται, όπως από τη βιοτεχνία στη βιομηχανία, με το πέρασμα από το **ταξιδιωτικό πρακτορείο** στο **Διοργανωτή Ταξιδιών** (Tour Operator) και από την παραγωγή του “**κατά παραγγελία τουριστικού πακέτου**” (Tailored Made Package Tour), που διοργανώνεται για συγκεκριμένο άτομο ή ομάδα πελατών-τουριστών, στην παραγωγή του “**έτοιμου τουριστικού πακέτου**” (Ready Made Package Tour) διακοπών, ως το ολοκληρωμένο βιομηχανικό προϊόν αυτής της περιόδου.

1.1.8.5 Οι Τύποι Τουριστικών Γραφείων

- ❖ Σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία τα ταξιδιωτικά πρακτορεία διακρίνονται σε:
 - ❖ **Πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού.** Όπως υποδηλώνει και το όνομά τους, οι δραστηριότητές τους περιορίζονται στο εσωτερικό της χώρας.
 - ❖ **Πρακτορεία γενικού τουρισμού.** Όπως υποδηλώνει και το όνομά τους, έχουν ευρύ πεδίο δραστηριότητας, ασχολούνται με μεγάλο αριθμό Ελλήνων αλλά και ξένων τουριστών.
Τα **γραφεία γενικού τουρισμού**, ανάλογα με την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται διακρίνονται σε:
 - ✦ γραφεία **εισερχόμενου τουρισμού** (incoming), που ασχολούνται με μετακινήσεις τουριστών από το εξωτερικό προς ένα τουριστικό προορισμό,
 - ✦ γραφεία **εξερχόμενου τουρισμού** (outgoing), που ασχολούνται με μετακινήσεις τουριστών από τον τόπο διαμονής στο εξωτερικό και
 - ✦ γραφεία **εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού** (incoming & outgoing).
- ❖ Μια άλλη διάκριση είναι ανάλογα με το **μέγεθος υπηρεσιών** σε:
 - ❖ **Διοργανωτές ταξιδιών γενικών ή εξειδικευμένων** (Tour Operators), που ασχολούνται αποκλειστικά με τη διοργάνωση και υλοποίηση προγραμμάτων διακοπών (πακέτων) για μεγάλες ομάδες τουριστών.

- ❖ **Πρακτορεία ταξιδίων-λιανοπωλητές** (retailers), που αναλαμβάνουν την πώληση των έτοιμων προγραμμάτων των Tour Operators στην τοπική αγορά ή εξυπηρετούν μεμονωμένους πελάτες-τουρίστες ή διεξάγουν μεσολαβητικές εργασίες μεταξύ παραγωγών τουριστικών προϊόντων και τουριστών-καταναλωτών.
- ❖ **Πρακτορεία ταξιδίων-ανταποκριτές** (ground operators), που λειτουργούν ως τοπικοί ανταποκριτές (υποκατάστημα) ενός Tour Operator στον τόπο διακοπών των τουριστών, αντιπροσωπεύοντας τον Tour Operator.



ΣΧΗΜΑ 1.4 Τύποι Τουριστικών Γραφείων

1.2 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Εσωτερικός Τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα στα σύνορά της (ενδοσυνοριακός), δηλαδή ο τόπος προέλευσης και ο τόπος προορισμού βρίσκονται στην ίδια χώρα.

Ο Εσωτερικός Τουρισμός παρουσιάζει σημαντικές κοινωνικοοικονομικές ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσεται.

Τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού είτε οργανώνουν μονοήμερες ή πολυήμερες “έτοιμες” εκδρομές είτε εκδίδουν εισιτήρια. Χωροταξικά τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού δραστηριοποιούνται συνήθως στην περιφέρεια μιας χώρας (επαρχιακές πόλεις κ.τ.λ.).

Απασχολούν ελάχιστα άτομα, η οργάνωσή τους είναι η απλούστερη δυνατή και δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες δυσκολίες.

Η διαδικασία “παραγωγής” και “διάθεσης του προϊόντος” που ακολουθούν, είναι η εξής:

- Επιλέγουν τον τόπο (προορισμό) της εκδρομής.
- Διαμορφώνουν το Πρόγραμμα.
- Βρίσκουν “πελάτες” από τις τοπικές κοινωνίες (σωματεία, συλλόγους, σχολεία κ.ά.).
- Καταρτίζουν κατάλογο κρατήσεων.
- Εξασφαλίζουν τα μεταφορικά μέσα (transfer).
- Εξασφαλίζουν το κατάλυμα (accommodation).
- Εξασφαλίζουν τις υπηρεσίες εστίασης (food), ξεναγών, συνοδών.

Η έκδοση εισιτηρίων απαιτεί από τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού να έχουν ένα συμφωνητικό (σύμβαση) με τις επιχειρήσεις μεταφορών (χερσαίες, θαλάσσιες, αεροπορικές) ή με τους αρμόδιους διεθνείς φορείς (π.χ. IATA).

Όταν εκδίδουν εισιτήρια, επικοινωνούν με τη μεταφορική επιχείρηση, κάνουν την κράτηση της θέσης για τον πελάτη τους και συμπληρώνουν τα κενά στελέχη εισιτηρίων της μεταφορικής επιχείρησης, τα οποία και παραδίδουν στον πελάτη εισπράττοντας την αξία του εισιτηρίου.

Σε τακτά χρονικά διαστήματα το Γραφείο Εσωτερικού Τουρισμού κάνει εκκαθάριση λογαριασμού αποδίδοντας το σύνολο των εισπραχθέντων χρημάτων στη μεταφορική επιχείρηση, παρακρατώντας την προμήθειά του.

1.3 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.3.1 Εισαγωγή

Τα Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού (Incoming) ενεργούν αποκλειστικά στη χώρα εγκατάστασης και δράσης τους.

Αναλαμβάνουν, συνήθως, την αντιπροσώπευση ενός Παραγωγού και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operator) που διακινεί ξένους τουρίστες προς τη χώρα του Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού.

Το “προϊόν” των Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού καλύπτει όλα τα στοιχεία μιας τουριστικής διαμονής, εκτός από το ταξίδι.

1.3.2 Ορισμός

Τα Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού (incoming) είναι τα πρακτορεία που αναλαμβάνουν όλες τις **υπηρεσίες εδάφους** (ground arrangements) σε ένα τουριστικό τόπο ή προορισμό για τους ξένους τουρίστες, για λογαριασμό του Παραγωγού και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operator).

1.3.3 Οι Υπηρεσίες Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού

Τα Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού, που συνήθως είναι εγκατεστημένα σε κεντρικές τουριστικές περιοχές, αναλαμβάνουν:

- την υποδοχή των πελατών στο αεροδρόμιο και την πληροφόρησή τους (ground handling),
- την κράτηση δωματίων σε ξενοδοχεία και άλλα είδη καταλυμάτων,
- τη μεταφορά των πελατών από το αεροδρόμιο στα καταλύματα (transfer άφιξης),
- την εστίαση (food and beverage), την πώληση οργανωμένων εκδρομών (excursions), κρουαζιερών (cruises), τις περιηγήσεις πόλεων (sightseeing tours), τα αεροπορικά και ακτοπλοϊκά εισιτήρια (air & sea tickets), τη διασκέδαση (entertainment), την ενοικίαση αυτοκινήτων (car hire), τη δημιουργία κινήτρων (incentives),
- τη μεταφορά των πελατών από τα καταλύματα στο αεροδρόμιο (transfer αναχώρησης).



ΣΧΗΜΑ 1.5 Υπηρεσίες που παρέχουν τα Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού

1.3.4 Τα Τμήματα Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού

Τα χαρακτηριστικά τμήματα ενός Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού είναι:

❖ **Τμήμα Marketing και Σχεδιασμού Προϊόντος.**

Ερευνά την τοπική αγορά για καταλύματα, επιχειρήσεις επισιτισμού και ψυχαγωγίας, εκδρομές κ.τ.λ.

❖ **Τμήμα Κρατήσεων και Οργάνωσης της Παραγωγής.**

Το τμήμα αυτό:

- ❖ παραλαμβάνει τις αιτήσεις κρατήσεων για άτομα (individuals) ή ομάδες (groups) από τα Τουριστικά Γραφεία του εξωτερικού,
- ❖ παραλαμβάνει τις αιτήσεις πληροφοριών για τη δυνατότητα κρατήσεων, για άλλα προϊόντα ή διευκολύνσεις, δρομολόγια κ.τ.λ.

Το τμήμα αυτό πρέπει να είναι ενήμερο για την τοπική αγορά και να έχει εξασφαλίσει συμφωνίες με επιχειρήσεις καταλυμάτων, επισιτιστικές επιχειρήσεις.

ρήσεις, μεταφορικές επιχειρήσεις, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, εκδρομών κ.τ.λ.

❖ Τμήμα Παραγωγής.

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για την εξασφάλιση των υπηρεσιών που συμφωνήθηκαν με τους πελάτες από την άφιξη μέχρι την αναχώρησή τους και την καλύτερη δυνατή παραμονή τους.

- ❖ Πριν την άφιξη του πελάτη το τμήμα παραγωγής:
 - ✦ εκδίδει τις εντολές παροχής υπηρεσιών (voucher) προς τα διάφορα καταλύματα, τις επιχειρήσεις εστίασης και ψυχαγωγίας,
 - ✦ εκδίδει τις εντολές μεταφορών προς το τμήμα μεταφορών για τις αναγκαίες μετακινήσεις των πελατών,
 - ✦ εξασφαλίζει τους συνοδούς και τους ξεναγούς.
 - ❖ Κατά την παραμονή του πελάτη το τμήμα παραγωγής:
 - ✦ υποδέχεται τους πελάτες και τους βοηθά για την εγκατάστασή τους και τη λύση των όποιων προβλημάτων τους,
 - ✦ επικοινωνεί συνεχώς με τους πελάτες σε τακτά χρονικά διαστήματα και τους ενημερώνει για εκδρομές, τοπικές εκδηλώσεις, τα ωράρια της αγοράς, των μουσείων, των αρχαιολογικών χώρων κ.ά.
 - ❖ Μετά την αναχώρηση του πελάτη το τμήμα παραγωγής ενημερώνει με τις χρεώσεις των λογαριασμών το λογιστήριο.
- Το τμήμα παραγωγής επίσης διαχειρίζεται:
- ✦ τις κρατήσεις των καταλυμάτων (ανάλογα με τις συμφωνίες),
 - ✦ τις κρατήσεις των μεταφορικών μέσων στην περίπτωση που δεν υπάρχει ξεχωριστό τμήμα μεταφοράς πελατών (transfer),
 - ✦ την έκδοση εισιτηρίων, εξασφαλίζοντας θέσεις για αεροπλάνα, κρουαζιέρες κ.τ.λ. ή επιβεβαιώνοντας κρατήσεις, στην περίπτωση που δεν υπάρχει ξεχωριστό τμήμα εισιτηρίων,
 - ✦ το συνάλλαγμα, διευκολύνοντας τους ξένους πελάτες στην ανταλλαγή των νομισμάτων τους με το τοπικό νόμισμα,
 - ✦ τις ενοικιάσεις αυτοκινήτων, σκαφών κ.τ.λ.,
 - ✦ την υλοποίηση εκδρομών στα αξιοθέατα της περιοχής.

❖ Τμήμα Πωλήσεων.

Οι πωλήσεις διακρίνονται σε αυτές που γίνονται σε άλλα γραφεία τουρισμού και σε αυτές που γίνονται σε περαστικούς πελάτες (passants).

Οι πωλήσεις σε άλλα γραφεία τουρισμού του εξωτερικού γίνονται μέσω διαφημιστικών εντύπων τα οποία παρουσιάζουν τα πωλούμενα προϊόντα και τις υπηρεσίες του Τουριστικού Γραφείου.

Οι πωλήσεις σε περαστικούς πελάτες εξαρτώνται, εκτός των άλλων (φήμη, διαφήμιση, κλπ.) και από την εμπορική θέση των εγκαταστάσεων του Τουριστικού Γραφείου.

❖ Τμήμα Επικοινωνίας.

Το τμήμα αυτό αναλαμβάνει τις γραπτές ή προφορικές επικοινωνίες του Τουριστικού Γραφείου με πελάτες και προμηθευτές, με σκοπό την διεκπεραίωση του έργου του, δηλαδή τη μεσολάβηση για παροχή προϊόντων και υπηρεσιών σε υφιστάμενους και πιθανούς πελάτες-τουρίστες.

❖ Τμήμα Διαφήμισης και Δημοσίων Σχέσεων.

Το τμήμα αυτό καλύπτει τις ανάγκες διαφήμισης του Γραφείου με διαφημιστικά έντυπα, καθώς και τις ανάγκες δημοσίων σχέσεων με συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις, ημερίδες, σεμινάρια και παρουσιάσεις, με παράθεση γευμάτων ή διοργάνωση ψυχαγωγικών εκδηλώσεων, την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών κ.ά. προς υπάρχοντες και μελλοντικούς συνεργάτες, πελάτες και προμηθευτές.

❖ Τμήμα Λογιστηρίου.

Το λογιστήριο ασχολείται με την ανάλυση, κατάταξη, καταγραφή και συσχέτιση των οικονομικών γεγονότων που πραγματοποιούνται από το Τουριστικό Γραφείο με σκοπό την παροχή πληροφοριών σε κάθε ενδιαφερόμενο. Η δουλειά αυτή γίνεται με διάφορες οικονομικές καταστάσεις, όπως ο Ισολογισμός, οι Λογαριασμοί κ.ά.

Οι ταμειακές κινήσεις αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα των εργασιών του λογιστηρίου ενός Τουριστικού Γραφείου.

Ο υπεύθυνος Εισπράξεων-Πληρωμών:

- ❖ παραλαμβάνει τους λογαριασμούς των πελατών από το τμήμα παραγωγής και διενεργεί τις εισπράξεις, τόσο των μεμονωμένων πελατών όσο και των άλλων Τουριστικών Γραφείων - πελατών,
- ❖ ενεργεί για την είσπραξη προμηθειών από τα ξενοδοχεία, τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, τις επιχειρήσεις εστίασης και ψυχαγωγίας, από άλλες επιχειρήσεις διοργάνωσης εκδηλώσεων, εκδρομών κ.τ.λ.,
- ❖ καλύπτει τις υποχρεώσεις του Τουριστικού Γραφείου εξοφλώντας τους λογαριασμούς ξενοδοχείων, αεροπορικών και ακτοπλοϊκών επιχειρήσεων, λεωφορείων, ταξί, εστιατορίων κ.ά.

1.4 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.4.1 Εισαγωγή

Ο εξωτερικός τουρισμός (ή διεθνής) πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα και προσωρινά, για τουριστικούς λόγους, επισκέπτονται μια άλλη χώρα, δηλαδή ο τόπος προέλευσης και ο τόπος προορισμού

βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες. Η έννοια του γραφείου εξερχόμενου τουρισμού είναι συνυφασμένη με την έννοια των τουριστικών οργανισμών (Tour Operators), που είναι Τουριστικά Γραφεία με ιδιαίτερα αναπτυγμένες τις υπηρεσίες του εξερχόμενου τουρισμού (outgoing). Το παραπάνω γεγονός δεν αποκλείει την ύπαρξη και γραφείων εξερχόμενου τουρισμού τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα οργάνωσης υπηρεσιών εξερχόμενου τουρισμού, οπότε λειτουργούν ως λιανοπωλητές (retailers) και πωλούν τα προγράμματα των μεγάλων τουριστικών οργανισμών, με αμοιβή τους μια προμήθεια.

1.4.2 Τα Τμήματα Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού

Τα χαρακτηριστικά τμήματα ενός Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού είναι:

❖ Τμήματα Marketing και Σχεδιασμού Προϊόντος.

Το τμήμα αυτό εκτός των άλλων:

- ❖ ερευνά και μελετά τις ανάγκες των καταναλωτών, δηλαδή των πελατών τουριστικών υπηρεσιών,
- ❖ ερευνά για νέους τουριστικούς προορισμούς,
- ❖ αξιολογεί τους τουριστικούς προορισμούς,
- ❖ διαμορφώνει και προτείνει τα τουριστικά πακέτα που διοχετεύονται στην αγορά.

Ο σχεδιασμός των πακέτων γίνεται σύμφωνα με:

- ♦ τις προτιμήσεις του πελάτη,
- ♦ τις επιλογές του Τουριστικού Γραφείου,
- ♦ διάφορα γεγονότα (αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, εκθέσεις, συνέδρια, κ.ά.).

❖ Τμήμα Οργάνωσης Παραγωγής.

Το τμήμα αυτό αναλαμβάνει την εξασφάλιση συμφωνιών για την οργάνωση των τουριστικών “πακέτων”, ώστε να εξασφαλίζονται τα κυριότερα στοιχεία ενός τουριστικού πακέτου, όπως η διαμονή, η διατροφή, η μετακίνηση, οι συνοδοί, τα εισιτήρια κ.τ.λ.

❖ Τμήμα Παραγωγής.

Δραστηριοποιείται για να καλύψει τις υποχρεώσεις του Γραφείου από την αναχώρηση μέχρι την επιστροφή του πελάτη, στη χώρα διαμονής του.

- ❖ Πριν την αναχώρηση του πελάτη συμβάλλει στην επίλυση προβλημάτων για λογαριασμό του πελάτη, όπως:
 - ♦ τη φύλαξη κινητής και ακίνητης περιουσίας,
 - ♦ τη φύλαξη παιδιών ή περιποίηση ηλικιωμένων ή Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (AMEA),
 - ♦ τη μετακίνηση από το σπίτι στο αεροδρόμιο,
 - ♦ στην περίπτωση που ο πελάτης διαμένει μακριά από το αεροδρόμιο αναχώρησης, προσφέρει υπηρεσίες “σιδηρόδρομος και αερο-

πλάνο” (rail and fly) ή “ξενοδοχείο και αεροπλάνο” (hotel and fly) ή “αυτοκίνητο και αεροπλάνο” (park and fly).

❖ Στον τουριστικό προορισμό:

- ♦ αναλαμβάνει τη διακίνηση (transfer) του πελάτη με λεωφορείο, ταξί, ενοικιασμένο αυτοκίνητο, πλοίο ή άλλο αεροπλάνο,
- ♦ επιβλέπει τη διαδικασία τακτοποίησης (check in) και αποχώρησης (check out) στο κατάλυμα,
- ♦ αποκαθιστά τακτική επικοινωνία με τους πελάτες,
- ♦ αναλαμβάνει την ανταλλαγή συναλλάγματος, την ενοικίαση αυτοκινήτων, την πώληση εκδρομών και διασκέδασης, δίνει πληροφορίες και κάθε δυνατή βοήθεια στον πελάτη.

❖ Μετά την επιστροφή του πελάτη συμβάλλει στη μετακίνηση του πελάτη από το αεροδρόμιο του τόπου διαμονής του ως το σπίτι του.

❖ **Τμήμα Εισιτηρίων (ticketing).**

Το τμήμα αυτό εκδίδει τα εισιτήρια για λογαριασμό του Τουριστικού Γραφείου.

Το αεροπλάνο είναι το μεταφορικό μέσο που απασχολεί κυρίως το τμήμα αυτό. Η έκδοση εισιτηρίων απαιτεί γνώσεις, τεχνική και πληροφόρηση, γιατί η μεταφορά είναι ένα σοβαρό στοιχείο κόστους σε ένα τουριστικό ταξίδι και επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχημένη συνολική εικόνα του ταξιδιού.

❖ **Τμήμα Πωλήσεων.**

Το τμήμα αυτό ασχολείται με πωλήσεις σε:

- ❖ Τουριστικά Γραφεία της χώρας-έδρας του Γραφείου.
- ❖ Τουριστικά Γραφεία εκτός της χώρας-έδρας του Γραφείου.
- ❖ Τουριστικά Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού (incoming) στις περιοχές του τουριστικού προορισμού.
- ❖ Μεμονωμένους πελάτες (individuals) διαμέσου γραφείων-υποκαταστημάτων του Γραφείου.

❖ **Τμήμα Επικοινωνίας, Διαφήμισης & Δημοσίων Σχέσεων.**

Το τμήμα αυτό εκτός από τα διαφημιστικά προγράμματα (τηλεοπτικά ή έντυπες δημοσιεύσεις) και τις δημόσιες σχέσεις, κατά κύριο λόγο, έχει την ευθύνη για την έκδοση και δωρεάν κυκλοφορία των **διαφημιστικών εντύπων** των προσφερόμενων τουριστικών πακέτων, διαμέσου πρακτορείων-υποκαταστημάτων ή πρακτορείων-συνεργατών (sub agents).

Τα διαφημιστικά έντυπα του Γραφείου είναι βασικό μέσο επικοινωνίας με τους πελάτες τους. Η επαρκής πληροφόρηση των πελατών από αυτά συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στις πωλήσεις.

1.5 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.5.1 Εισαγωγή

Στην κατηγορία αυτή κατατάσσουμε Τουριστικά Γραφεία που προσφέρουν “προϊόντα” που περιλαμβάνουν ειδικές υπηρεσίες και ξεφεύγουν από τα “κλασικά” πλαίσια των τουριστικών πακέτων. Χαρακτηρίζονται δε ως νέες μορφές τουριστικής ανάπτυξης. Συνδέονται με μια σειρά χαρακτηριστικών που οριοθετούν το προφίλ του σύγχρονου τουρίστα, καθώς και την ανάπτυξη συμπληρωματικών τουριστικών δραστηριοτήτων από αυτόν.

Οι ιδέες (concept), οι διαφοροποιήσεις του τουριστικού θέματος και επομένως του περιεχομένου της υπηρεσίας-προϊόντος παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλία και είναι αποτέλεσμα της εξέλιξης στη στάση που διαμορφώνει ο τουρίστας απέναντι στη σύγχρονη έννοια των διακοπών και του τρόπου χρήσης αυτών (περισσότερο κινητικοί και λιγότερο στατικοί, νέα σχέση με τη φύση). Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού ενισχύθηκαν από τα Τουριστικά Γραφεία, επειδή διαπιστώθηκε ότι συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξή τους (π.χ. διεύρυνση της τουριστικής περιόδου).

Πρόκειται για “προϊόντα” που, επειδή έχουν σκοπό να ικανοποιήσουν ιδιαίτερες τουριστικές ανάγκες, απαιτούν ειδικό χειρισμό και προσέγγιση.

Οι προμηθευτές και λοιποί συνεργάτες του Τουριστικού Γραφείου είναι συνηθέστατα πολύ εξειδικευμένοι.

Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες μορφές **εναλλακτικού τουρισμού** που παρέχουν τα Τουριστικά Γραφεία είναι:

1.5.2 Ο Περιηγητικός Τουρισμός

Στον περιηγητικό τουρισμό ή τουρισμό περιήγησης, ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του σε διάφορους τουριστικούς ή μη τόπους, σε μία ή πολλές χώρες προορισμού. Η διάρκεια παραμονής του τουρίστα-πελάτη σε συγκεκριμένο τόπο και κατάλυμα είναι μικρή και η μετακίνησή του γίνεται συνήθως με τουριστικά λεωφορεία.

Η συμβολή του Τουριστικού Γραφείου σ' αυτή τη μορφή τουρισμού είναι μεγάλη. Σε αντίθεση με την κλασική μορφή τουρισμού, στην οποία ο τουρίστας-πελάτης περνά το σύνολο του χρόνου του σε ένα τουριστικό κατάλυμα, στον τουρισμό περιήγησης το Τουριστικό Γραφείο παρεμβαίνει και συμβάλλει καθοριστικά τόσο στη φάση του προγραμματισμού και της οργάνωσης, όσο και στη φάση της εκτέλεσης του ταξιδιού (συντονισμός μεταφοράς, καταλυμάτων, εστίασης, ψυχαγωγίας, κ.ά.).

1.5.3 Ο Μορφωτικός Τουρισμός

Στο Μορφωτικό Τουρισμό, ο τουρίστας έχει ως κύριο σκοπό του να συμμετάσχει σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, να επισκεφθεί ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, βιβλιοθήκες, εκπαιδευτικά ιδρύματα, μουσεία, πινακοθήκες, να παρακολουθήσει συναυλίες, θεατρικές και κινηματογραφικές παραστάσεις, επιμορφωτικά ή βιωματικά σεμινάρια κ.ά.

Η συμβολή του Τουριστικού Γραφείου σ' αυτή τη μορφή τουρισμού συνίσταται εκτός των άλλων στη διαφήμιση και προώθηση τέτοιων εκδηλώσεων, στην προαγορά ή προκράτηση εισιτηρίων και θέσεων για τέτοιες εκδηλώσεις, κ.ά.



ΕΙΚΟΝΑ 1.3: Μορφωτικός Τουρισμός

1.5.4 Ο Τουρισμός Πόλης

Στον τουρισμό πόλης, ο τουρίστας έχει κύριο χαρακτηριστικό ότι ταξιδεύει σε μια πόλη και την περιηγείται για μερικές ημέρες.

Οι περιηγήσεις αυτές, πολλές φορές, συνδέονται με το μορφωτικό τουρισμό, με την περιήγηση τη νύχτα (by night), όπως και με τον επαγγελματικό τουρισμό.

Ο τουρισμός πόλης συνδέεται επίσης με τη νυκτερινή διασκέδαση, τις αγορές (shopping) και την “ατμόσφαιρα” της πόλης.



ΕΙΚΟΝΑ 1.4: Τουρισμός Πόλης

1.5.5 Ο Οικογενειακός Τουρισμός

Η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια, όπως και η ηλικία τους, αποτελούν αποφασιστικό παράγοντα επιλογής και του τόπου προορισμού και του χρόνου και της διάρκειας των διακοπών. Τα Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν τουριστικά προγράμματα προσιτά στις οικογένειες, ώστε αυτές να ταξιδεύουν με τα παιδιά τους.

Επιπλέον, τα Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν διάφορων ειδών εκπαιδευτικές στα μεταφορικά ή στη διαμονή για τα παιδιά, είτε οι οικογένειες κάνουν μαζικό είτε ατομικό τουρισμό.

Η δυναμική ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού συνδέεται και με τη δημιουργία των θεματικών “πάρκων αναψυχής” (τύπου Disneyland, “La Villette” κ.ά.) ή “τεχνολογικών πάρκων”.



ΕΙΚΟΝΑ 1.5: Οικογενειακός Τουρισμός

1.5.6 Ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας

Η τρίτη ηλικία διαθέτει δυναμικά χαρακτηριστικά, όπως ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, μεγάλη επιθυμία για τουρισμό και κινητικότητα σε κοντινές αποστάσεις από τον τόπο μόνιμης διαμονής.

Εξαιτίας της γήρανσης του πληθυσμού, τα άτομα της τρίτης ηλικίας, αποτελούν μια καινούρια διευρυνόμενη ομάδα καταναλωτών τουρισμού.

Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας συνδέεται με τον κοινωνικό τουρισμό, τον τουρισμό υγείας ή θεραπευτικό, τον τουρισμό παραχείμασης, το μορφωτικό τουρισμό, γιατί έχουν ως σημείο αναφοράς την ίδια πληθυσμιακή ομάδα.

Τα Τουριστικά Γραφεία συνθέτουν και προσφέρουν σε αυτή την κατηγορία πελατών προϊόντα που συνδυάζουν ιεραρχικά την ικανοποίηση των ιδιαίτερων αναγκών τους, όπως τις επιδοτήσεις του κοινωνικού τουρισμού για την κάλυψη αναγκών θεραπευτικού τουρισμού (λουτροθεραπείες) ή τουρισμού παραχείμασης.



ΕΙΚΟΝΑ 1.6: Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας

1.5.7 Ο Τουρισμός Ατόμων με Αναπηρίες ή Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α.)

Η ανάπτυξη τουρισμού για Α.Μ.Ε.Α. προϋποθέτει την ύπαρξη κατάλληλων προδιαγραφών και διευκολύνσεων στα μεταφορικά μέσα, στις εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων, στους κοινόχρηστους χώρους και αλλού, όπως ράμπες, ανελκυστήρες, ειδικός εξοπλισμός στα δωμάτια, (οθονοτηλέφωνα, ηχοσήμανση, ανάγλυφη σήμανση, χειρολαβές) ή και ειδική εξυπηρέτηση (π.χ. μεταφραστές νοηματικής γλώσσας, συνοδούς).

Η προσφορά τουριστικών “πακέτων” πρέπει να ικανοποιεί τις δικές τους τουριστικές ανάγκες και ενδιαφέροντα.

1.5.8 Ο Επαγγελματικός Τουρισμός

Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει όλες τις κατηγορίες των ατόμων που μετακινούνται κυρίως για επαγγελματικούς λόγους.

Ως επαγγελματικός τουρισμός χαρακτηρίζεται μια ευρύτερη μορφή τουρισμού που αποτελείται από τον **τουρισμό εκθέσεων**, το **συνεδριακό τουρισμό** και τον **τουρισμό κινήτρων**.

1.5.8.1 Ο Τουρισμός Εκθέσεων

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού, κατατάσσονται όλα τα είδη εκθέσεων, γενικών ή κλαδικών, εμπορικών ή μη, που οργανώνονται συνήθως σε μεγάλα αστικά κέντρα που διαθέτουν κατάλληλους εκθεσιακούς και βοηθητικούς χώρους, εξοπλισμό κ.τ.λ.

Ο τουρισμός εκθέσεων συνδυάζεται με τον τουρισμό πόλης και το μορφωτικό τουρισμό.

Τα Τουριστικά Γραφεία προωθούν αυτή την τουριστική μορφή, γιατί ο χρόνος διεξαγωγής των εκθέσεων, στο μεγαλύτερο ποσοστό, είναι εκτός περιόδου τουριστικής αιχμής, γεγονός που βοηθά τη χρονική διεύρυνση των εργασιών τους.



ΕΙΚΟΝΑ 1.7: Τουρισμός Εκθέσεων

1.5.8.2 Ο Συνεδριακός Τουρισμός

Ο συνεδριακός τουρισμός περιλαμβάνει διάφορα είδη οργανωμένων εκδηλώσεων, όπως συνέδρια, σεμινάρια, συσκέψεις, συναντήσεις, με μικρό ή μεγαλύτερο αριθμό συμμετοχών και αφορά διεθνές, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο με σκοπό την επικοινωνία, την ανταλλαγή απόψεων και την ενημέρωση.

Είναι μικρής χρονικής διάρκειας και τα αστικά ή τουριστικά κέντρα στα οποία διοργανώνονται συνέδρια πρέπει να διαθέτουν εξοπλισμένους συνεδριακούς χώρους.

Συνδυάζεται με τον τουρισμό πόλης, το μορφωτικό τουρισμό, τον εκτός αιχμής τουρισμό, τη διεθνή προβολή του τουριστικού τόπου κ.τ.λ.

Ο συνεδριακός τουρίστας είναι υψηλού κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου (επιστήμονας, στέλεχος επιχείρησης). Για το λόγο αυτό έχει μεγάλη αγοραστική δύναμη η οποία αυξάνεται με την εξασφάλιση των βασικών του αναγκών την οποία προσφέρουν πολλές φορές διάφοροι σπόνσορες. Τους συνεδριακούς τουρίστες τους συνοδεύουν και άτομα του οικογενειακού ή του εργασιακού τους περιβάλλοντος, οπότε δημιουργείται μια άλλη ομάδα τουριστών, οι συνοδοί, η οποία επίσης είναι αρκετά υπολογίσιμη από τα Τουριστικά Γραφεία που οργανώνουν και υποστηρίζουν τα συνέδρια.



ΕΙΚΟΝΑ 1.8: Συνεδριακός Τουρισμός

1.5.8.3 Ο Τουρισμός Κινήτρων (Incentive tours)

Ο τουρισμός κινήτρων αποτελεί ένα “εργαλείο” στα διοικητικά συστήματα, η χρήση του οποίου έχει στόχο να αυξήσει την παραγωγικότητα των εργαζομένων και τη γενικότερη ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Για να επιτευχθεί, λοιπόν, αυτός ο στόχος, οι επιχειρήσεις, ανάμεσα σε άλλα, προσφέρουν ως επιπλέον αμοιβή-δώρο (bonus) και ομαδικά τουριστικά πακέτα στο εξωτερικό.

Στην απόφαση αυτή του **management** οδήγησε η διαπίστωση της μεγάλης αποτελεσματικότητας ως προς την υποκίνηση των εργαζομένων, της προσφοράς ενός ταξιδιού σε σύγκριση με άλλα κορεσμένα είδη κινήτρων (αυτοκίνητα, ηλεκτρονικά κ.ά.).

Τα στοιχεία και η δομή ενός ταξιδιού κινήτρων πρέπει να συμβαδίζουν με τη σημασία των στόχων αλλά και τη γενικότερη φιλοσοφία του management της επιχείρησης.

Ο Τουρισμός Κινήτρων έχει συνήθως περιορισμένη χρονική διάρκεια, ο “καταναλωτής” του οφείλει να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δεν θα είχε ο ίδιος εύκολα την δυνατότητα να ζήσει.

Ο τουριστικός προορισμός πρέπει να ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους, για την ατμόσφαιρα του περιβάλλοντός του, καθώς επίσης και για την άνεση και την πολυτέλεια που προσφέρει η υποδομή του.

Το Τουριστικό Γραφείο χρειάζεται να γνωρίζει το προφίλ των εργαζομένων στους οποίους προσφέρεται το ταξίδι κινήτρων, ώστε και στο άκουσμα του προορισμού η πρόταση-κίνητρο να είναι από την αρχή ελκυστική.

Ας μην ξεχνάμε ότι οι στόχοι που θέτουν οι επιχειρήσεις στους εργαζομένους τους (αύξηση πωλήσεων, αποδοτικότητας, παραγωγικότητας, ανταγωνιστικότητας ή μείωση δαπανών κ.τ.λ.), προκειμένου να “κερδίσουν” το δικαίωμα στο ταξίδι, συμπεριλαμβάνουν και το κόστος αυτού του ταξιδιού.

1.5.9 Ο Τουρισμός Υγείας ή Θεραπευτικός και ο Θερμαλισμός (Thermalisme)

Σ’ αυτή τη μορφή τουρισμού τα Τουριστικά Γραφεία καλούνται να καλύψουν ένα σύνθετο “προϊόν”, όπου κυρίαρχο κίνητρο είναι η βελτίωση της υγείας ή η θεραπεία ορισμένων ασθενειών των τουριστών, σε τόπο που διαθέτει τους φυσικούς πόρους (ιαματικές πηγές, κλίμα), καθώς και τις σχετικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες.

Κέντρα ιαματικών λουτρών, ανατόρια, αναπαιτήρια, διαιτητικά κέντρα, ξενοδοχεία-κέντρα υγείας (hotel-health center) συνθέτουν μια μεγάλη ομάδα τουριστικών εγκαταστάσεων που προσφέρουν υδρόλουτρα, λασπόλουτρα, ηλιόλουτρα, μασάζ, σάουνα, αθλητισμό, γυμναστική, φυσιοθεραπεία, επιστημονικό διαιτολόγιο κ.ά. με γιατρούς, νοσοκόμους, φυσιοθεραπευτές, διαιτολόγους, ραδιολόγους, μασέρ, γυμναστές, συνοδούς. Καλύπτονται έτσι σε συνδυασμό οι ανάγκες μεγάλου αριθμού ενδιαφερόμενων ανθρώπων με παρεχόμενα στοιχεία τον τουρισμό, την ιατρική καλύψη, την κοινωνική ασφάλιση, την κοινωνική πρόνοια (κοινωνικός τουρισμός)

Το είδος αυτό του τουρισμού, χαρακτηρίζεται από:

- την ιδιαιτερότητα των καταναλωτών (άτομα δεύτερης και τρίτης ηλικίας, εύπορα, προερχόμενα από μεγαλουπόλεις),
- τη συνεχή τουριστική ροή και ολόχρονη τουριστική περίοδο με ανάλογα οικονομικά αποτελέσματα,
- τη διεθνή στροφή στις φυσικές θεραπευτικές αγωγές και τις διακοπές-“ξεκούραση” (relax).



ΕΙΚΟΝΑ 1.9: Τουρισμός Υγείας

1.5.10 Ο Τουρισμός Παραχείμασης

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού οι υπηρεσίες του Τουριστικού Γραφείου αναφέρονται συνήθως σε άτομα της τρίτης ηλικίας, τα οποία κατά τη διάρκεια της χρονιάς και καθώς επικρατούν αντίξοες καιρικές συνθήκες στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους, κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε τουριστικούς τόπους με ήπια κλίματα ή κλίματα κατάλληλα για τη διατήρηση ή αποκατάσταση της υγείας τους.

Ο τουρισμός παραχείμασης συνδυάζεται πολλές φορές με τον τουρισμό υγείας.

1.5.11 Ο Τουρισμός Άθλησης

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού το Τουριστικό Γραφείο αντιμετωπίζει την άθληση σαν το σημαντικότερο παράγοντα ενασχόλησης κατά τη διάρκεια των διακοπών (ποδόσφαιρο, κολύμβηση, ιππασία, τένις, γκολφ, ποδηλασία, ανεμοπορεία, γυμναστική, καταδύσεις κ.ά.).

Το τουριστικό "προϊόν" προσφέρεται σε ανάλογες εγκαταστάσεις άθλησης και περιλαμβάνει υπηρεσίες γυμναστών, εκπαιδευτών αθλημάτων, οδηγών, συνοδών, προπονητών, αθλητών, κ.τ.λ.

Επίσης, μπορούμε να διακρίνουμε και τον τουρισμό διακίνησης φιλάθλων με σκοπό την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων ή τη συμμετοχή, επαγγελματική ή ερασιτεχνική, σε αθλητικές δραστηριότητες (π.χ. ποδόσφαιρο, αθλητικά camp, κ.ά.).



ΕΙΚΟΝΑ 1.10: Τουρισμός Άθλησης

1.5.12 Ο Τουρισμός Χειμερινών Σπορ

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού το "προϊόν" του Τουριστικού Γραφείου έχει ως τουριστικούς προορισμούς περιοχές με ανάλογες τουριστικές εγκαταστάσεις, χρονολογική περίοδο και διάρκεια χρόνου.

Καλύπτει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τα χειμερινά σπορ, σε ορεινές περιοχές, με χαμηλές θερμοκρασίες, χιόνι κ.τ.λ. κατά τη διάρκεια του χειμώνα ή σε συνδυασμό (π.χ. σκι και κολύμβηση, ηλιόλουτρα).



ΕΙΚΟΝΑ 1.11: Τουρισμός Χειμερινών Σπορ

1.5.13 Ο Τουρισμός Περιπέτειας

Στον τουρισμό περιπέτειας απρόοπτα συμβάντα φέρνουν αντιμέτωπους τους τουρίστες με τον κίνδυνο, τη δοκιμασία και τη συγκίνηση.

Είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού στην οποία τα Τουριστικά Γραφεία καλούνται να ανταποκριθούν αντιμετωπίζοντας μια αυξανόμενη ζήτηση.

Κωπηλασία και καταβάσεις σε ορμητικούς ποταμούς (canoe, kayak, rafting), φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις-εξερευνήσεις (exploration), διδρομές τετρακίνησης (4x4), αναρριχήσεις, προσανατολισμός (orienteering), ελεύθερες πτώσεις, αλεξίπτωτο πλαγιάς (parapente), εναέριες διαπεράσεις πάνω από λίμνες (flying fox) κ.τ.λ., είναι οι δραστηριότητες που ζητούνται συνήθως από νέους ανθρώπους, υψηλού κοινωνικοοικονομικού επιπέδου.



ΕΙΚΟΝΑ 1.12: Τουρισμός Περιπέτειας

1.5.14 Ο Ορεινός Τουρισμός

Σ' αυτή τη μορφή τουρισμού τα Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε ορεινές περιοχές, όπως ορεινή πεζοπορία σε δύσβατα μονοπάτια και διαβάσεις, ορειβασία, αναρρίχηση κ.ά. με διαφορετικό βαθμό δυσκολίας.

Αυτή η μορφή Τουρισμού συνδυάζεται από τα Τουριστικά Γραφεία και με τον **πεζοπορικό τουρισμό** των **“Μονοπατιών”**, του διεθνούς δικτύου ορεινών διαδρομών (π.χ. Ευρωπαϊκό μονοπάτι E4/6 το οποίο ξεκινά από τα Πυρηναία και συνδέει τις Ευρωπαϊκές χώρες της Μεσογείου).



ΕΙΚΟΝΑ 1.13: Ορεινός Τουρισμός

1.5.15 Ο Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, εξ ου και το μεγάλο ενδιαφέρον των Τουριστικών Γραφείων. Αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο της χώρας προορισμού.



ΕΙΚΟΝΑ 1.14: Θαλάσσιος Τουρισμός

Η αγορά του θαλάσσιου τουρισμού περιλαμβάνει τη ναύλωση κρουαζιερόπλοιων, ιστιοφόρων, ταχύπλων σκαφών, θαλαμηγών, τα θαλάσσια θεματικά

πάрка (waterland) και τις μαρίνες ελλιμενισμού, ανεφοδιασμού και εξυπηρέτησης επιβατών και πληρωμάτων.

Ιδιαίτερα ο **Τουρισμός Κρουαζιερόπλοιων** έχει καθιερωθεί στη διεθνή τουριστική αγορά και απασχολεί εξειδικευμένα Τουριστικά Γραφεία. Το τουριστικό αυτό “προϊόν” θεωρείται από τα πλέον σύνθετα και ολοκληρωμένα.

1.5.16 Ο Ιστορικός Τουρισμός

Ευρήματα διαφόρων ιστορικών περιόδων, μνημεία θρησκευτικής κληρονομιάς, παραδοσιακοί οικισμοί και συνοικίες δίνουν το στίγμα ενός τουριστικού τόπου, όπου η ανθρώπινη παρουσία εντοπίζεται στις διάφορες διαδρομές της.

Τα Τουριστικά Γραφεία διοργανώνουν επισκέψεις σε μεμονωμένα ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους ή διαδρομές σε ιστορικά μνημεία μιας ευρύτερης περιοχής, καθώς και στα μουσεία που είναι κοντά σε αυτά. Στα προγράμματα των Διοργανωτών Τουριστικών Ταξιδιών (Tour Operator) είτε περιλαμβάνονται οι επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία και τόπους είτε προτείνονται και πωλούνται στους κατά τόπους τουριστικούς προορισμούς από τα συνεργαζόμενα Τουριστικά Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού ή τους Ανταποκριτές τους.

“Τα μνημεία και τα μουσεία” αποτελούν ένα από τα ελκυστικότερα στοιχεία της τουριστικής προσφοράς ενός τόπου.

Η γνωριμία με τα τουριστικά μνημεία πολλές φορές συνδυάζεται και με εκδηλώσεις (μουσικές, ήχος και φως, κ.ά.), οι οποίες διεξάγονται μέσα ή δίπλα στα ιστορικά μνημεία και χώρους.



ΕΙΚΟΝΑ 1.15: Ιστορικός Τουρισμός

1.5.17 Ο Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού. Το προσκύνημα σε ιερούς χώρους υπήρξε αιτία τουρισμού σε όλες σχεδόν τις ιστορικές περιόδους π.χ. Δελφοί, Κωνσταντινούπολη, Ιεροσόλυμα, Μέκκα.

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποσκοπεί στη μετακίνηση ατόμων, μεμονωμένα ή συλλογικά, προς ορισμένο τόπο στη χώρα μόνιμης διαμονής τους ή στο εξωτερικό, είτε για λόγους λατρείας είτε ως συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις (Παναγία της Τήνου, Σαντιάγκο ντε Κομποστέλα, Παναγία της Λούρδης, κ.ά.).

Τα Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν αντίστοιχα προϊόντα, συνήθως περιορισμένης χρονικής διάρκειας και χαμηλού κόστους για επίσκεψη σε εκκλησίες και μοναστήρια, προσκυνήματα κ.ά. ενισχύοντας παράλληλα την οικονομία του θρησκευτικού τόπου.



ΕΙΚΟΝΑ 1.16: Θρησκευτικός Τουρισμός

1.5.18 Ο Επιλεκτικός Τουρισμός

Αυτή τη μορφή τουρισμού την πραγματοποιούν άτομα υψηλού κοινωνικο-οικονομικού επιπέδου, κάνοντας συνήθως ατομικό τουρισμό.

Για το Τουριστικό Γραφείο, αυτό σημαίνει ότι:

- ✓ είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα
- ✓ είτε “φτιάχνουν” το πακέτο τους, όπως αυτοί θέλουν και ζητούν από το Τουριστικό Γραφείο να το υποστηρίξει
- ✓ είτε δεν αγοράζουν καθόλου τουριστικά πακέτα και αγοράζουν διάφορες τουριστικές υπηρεσίες μεμονωμένα.



ΕΙΚΟΝΑ 1.17: Επιλεκτικός Τουρισμός

1.5.19 Ο Κοσμοπολίτικος Τουρισμός

Τόποι προορισμού, σ' αυτή τη μορφή τουρισμού, είναι καταξιωμένα κοσμοπολίτικα τουριστικά κέντρα, θερινά ή χειμερινά, τόποι έλξης της διεθνούς αριστοκρατίας και του πλούτου (jet set).



ΕΙΚΟΝΑ 1.18: Κοσμοπολίτικος Τουρισμός

Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό μετακινούνται με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, διαμένουν είτε σε πολυτελή ξενοδοχεία είτε σε επαύλεις ιδιόκτητες ή ενοικιαζόμενες είτε σε θαλαμηγούς και διάγουν έντονη κοσμική ζωή, κύριο χαρακτηριστικό του κοσμοπολίτικου τουρισμού.

1.5.20 Ο Λαϊκός Τουρισμός

Οι τουρίστες του λαϊκού τουρισμού ταξιδεύουν συνήθως με ιδιωτικά αυτοκίνητα, τροχόσπιτα ρυμουλκούμενα ή αυτοκινούμενα, μοτοσικλέτες κ.τ.λ.

Εξυπηρετούνται σε κάμπινγκ (camping) που βρίσκονται σε οδικούς άξονες, στις παρυφές των πόλεων, σε τουριστικές τοποθεσίες, σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, κλπ.

Πρόκειται για τουρίστες μάλλον χαμηλών εισοδημάτων, που κάνουν, συνήθως, οικογενειακό τουρισμό.

Η συμβολή των Τουριστικών Γραφείων είναι μάλλον μικρή και συνίσταται στην παροχή τουριστικών πληροφοριών και εξυπηρετήσεων σε τοπικό επίπεδο.

1.5.21 Ο Κοινωνικός Τουρισμός

Ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος (από το κράτος) τουρισμός είναι το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, άμεσων ή έμμεσων, που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον εσωτερικό τουρισμό των ασθενέστερων κοινωνικοοικονομικών τάξεων. Συγχρόνως, μέσω του κοινωνικού τουρισμού, ασκείται πολιτική ενίσχυσης της απασχόλησης στον τόπο υποδοχής τουριστών και δίδεται λύση στο πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας και πληρότητας.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τα Τουριστικά Γραφεία περιορίζονται στην οργάνωση των τοπικών μετακινήσεων και εκδρομών. Στα προγράμματα συμμετέχουν ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια, οικισμοί, αγροτουριστικά καταλύματα και μέσα μαζικής μεταφοράς με εκπτώτικα εισιτήρια.

1.5.22 Ο Αγροτικός Τουρισμός

Είτε με την έννοια του **τουρισμού του αγροτικού χώρου** (rural tourism) είτε με την έννοια του **τουρισμού του αγροκτήματος** (farm tourism), ο **αγροτουρισμός** ή **αγροτουρισμός** (agritourism ή agrotourism) είναι *“εκείνη η τουριστική δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό, από τους απασχολούμενους κυρίως στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της παραγωγής και ειδικότερα σε οικογενειακής ή συνεταιριστικής μορφής μικρές τουριστικές μονάδες παροχής αγαθών και υπηρεσιών. Ακόμα, ο αγροτουρισμός στηρίζεται στην αξιοποίηση των φυσικών, πολιτιστικών και ανθρώπινων τοπικών πόρων, ικανοποιεί εξειδικευμένες προσωπικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου και αποβλέπει στη συγκράτηση ή και επιστροφή του τοπικού πληθυσμού, στην ενίσχυση του αγροτικού εισοδήματος και της τοπικής οικονομίας και στην άνοδο του βιοτικού και πολιτιστικού του επιπέδου”*.

Στην Ευρώπη έχουν επικρατήσει δύο βασικοί τύποι του αγροτουρισμού:

- ✓ **οι διακοπές στην αγροτική εκμετάλλευση (farm house holidays)** και
- ✓ **η διανυκτέρευση με πρωινό (Bed and Breakfast: BB).**

Ο πρώτος τύπος περιλαμβάνει την πλήρη φιλοξενία των τουριστών στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις, στις οποίες οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και μερικές φορές και στις αγροτικές δραστηριότητες.

Ο δεύτερος τύπος περιλαμβάνει τη δημιουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων σε μη αστικές περιοχές και στα οποία καταλύματα προσφέρεται μόνο διανυκτέρευση με πρωινό, χωρίς τη συμμετοχή του αγροκτήματος.

Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα του εξωαστικού χώρου, μπορεί και ανταποκρίνεται στο νέο πρότυπο του ενεργού τουρισμού υπαίθρου, σύμφωνα με το οποίο συνδυάζονται οι διακοπές στην ύπαιθρο με πλήθος άλλων ενασχολήσεων, όπως είναι η μόρφωση, η υγιεινή ζωή, η άθληση, η περιπέτεια, τα χειμερινά σπορ, οι δραστηριότητες στο βουνό και στη θάλασσα, τα θρησκευτικά και κοινωνικά γεγονότα, η μελέτη της πανίδας και της χλωρίδας ενός τόπου κ.ά.

Η αγροτουριστική αγορά, για τα Τουριστικά Γραφεία, είναι μια πρόκληση, γιατί ο συνδυασμός των τουριστικών “πακέτων” πρέπει να διαμορφώνεται ανάλογα με τη **“φέρουσα δυνατότητα”** του αγροτουριστικού τόπου, ώστε να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητα των φυσικών και ανθρωπογενών του πόρων.



ΕΙΚΟΝΑ 1.19: Αγροτικός Τουρισμός

1.5.23 Ο Οικολογικός Τουρισμός

Ο οικολογικός τουρισμός ή οικοτουρισμός ή φυσιολατρικός τουρισμός βασίζεται στην ανάδειξη και αξιοποίηση των φυσικών πόρων ενός τουριστικού τόπου. Η φιλοσοφία του τουρίστα-καταναλωτή είναι ο σεβασμός της φύσης και σκοπός του η απόλαυση και η γνώση της με απώτερο όφελος την ψυχική και σωματική του ευεξία.

Το τουριστικό προϊόν συντίθεται και αναπτύσσεται με βάση παραδοσιακούς οικισμούς, βιότοπους, γεωλογικά φαινόμενα ή ρήγματα (π.χ. ηφαίστεια),

εθνικούς δρυμούς ή απολιθωματοφόρες περιοχές, σπήλαια, φαράγγια, κ.ά. προστατευόμενα ή μη. Η σημασία των παραπάνω τουριστικών τόπων μπορεί να είναι επιστημονική, αισθητική ή και τα δύο.

Η φύση, επειδή διαφέρει ανάλογα με τις εποχές του έτους, δίνει τη δυνατότητα για την οργάνωση από τα Τουριστικά Γραφεία πολλαπλών επισκέψεων και ιδιαίτερα σε περιόδους εκτός τουριστικής αιχμής, με αποτέλεσμα την οικονομική ενίσχυση των συγκεκριμένων περιοχών.

Τα Τουριστικά Γραφεία απευθύνονται, κυρίως, σε άτομα με κλίση στη φυσική ζωή, με επιστημονικά ενδιαφέροντα κ.τ.λ. τονίζοντας τα θετικά της συμμετοχής σε αυτή τη μορφή τουρισμού, όπως η διαπίστωση της βλάβης ή της προστασίας του περιβάλλοντος. Το κόστος προσαρμόζεται ανάλογα με την υποψήφια πελατεία.



ΕΙΚΟΝΑ 1.20: Οικολογικός Τουρισμός

1.5.24 Ο Χρονομεριστικός Τουρισμός (Time-Sharing)

Ο χρονομεριστικός τουρισμός βασίζεται στην αρχή της “ιδιοκτησίας” του δικαιώματος χρήσης ορισμένου χρόνου σ’ ένα τουριστικό κατάλυμα, την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο, αλλά και της ανταλλαγής αυτού του δικαιώματος σε άλλο τουριστικό κατάλυμα της ίδιας ή άλλης χώρας.

Τα Τουριστικά Γραφεία με την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού έχουν στόχο τη βελτίωση της χωροκατανομής της τουριστικής δραστηριότητας, τη μείωση προβλημάτων εποχικότητας και την προσέλκυση υψηλότερων εισοδηματικά τάξεων τουριστών. Επίσης, στοχεύουν να δώσουν τη δυνατότητα να λειτουργήσουν προβληματικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προς όφελός τους, κ.τ.λ.

1.5.25 Η Ανταλλαγή Κατοικιών για Διακοπές (Home Exchange)

Η μορφή της ανταλλαγής κατοικιών για διακοπές (Home Exchange) βασίζεται στην ιδέα προσφοράς από τους ενδιαφερόμενους, του κύριου ή εξοχικού σπιτιού τους, με δήλωση επιθυμίας για διακοπές σε ορισμένο χρόνο, σε συγκεκριμένο τόπο.

Η ιδέα βασίζεται στον αλληλοσεβασμό της ξένης ιδιοκτησίας και την επαφή των ενδιαφερομένων πετυχαίνει η InterVac μία μη κερδοσκοπική επιχείρηση που τυπώνει σχετικό κατάλογο.

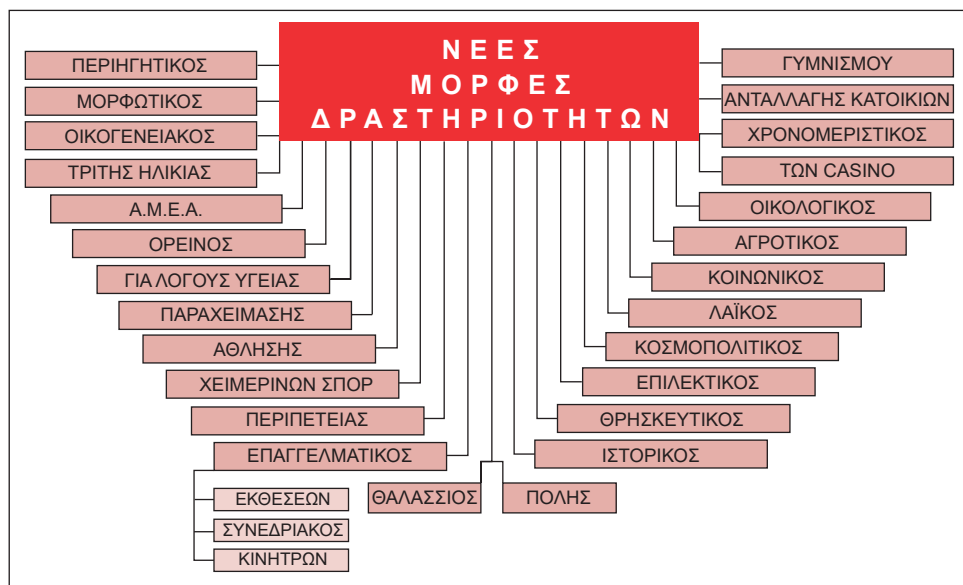
Το μεγάλο πλεονέκτημα αυτής της μορφής τουρισμού σε συνδυασμό με τον οικογενειακό τουρισμό είναι το οικονομικό. Μια οικογένεια πληρώνει μόνο τα έξοδα της καθημερινής διατροφής της.

1.5.26 Ο Τουρισμός του Γυμνισμού

Ο Γυμνιστικός Τουρισμός θεσμοθετημένα αναπτύσσεται ως προϊόν σε οργανωμένα γυμνιστικά κέντρα, “Κέντρα Παραθερισμού Γυμνιστών”, με τη συναίνεση των τοπικών κοινωνιών και με τη φυσική ή τεχνητή απομόνωση του χώρου λειτουργίας των κέντρων αυτών.

1.5.27 Ο Τουρισμός των Καζίνο (Casino)

Η σύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού παρουσιάζει μεγάλη σπουδαιότητα για κάθε χώρα υποδοχής τουρισμού, παρόλα τα κοινωνικο-οικονομικά προβλήματα που δημιουργούνται στους τόπους εγκατάστασης των καζίνο (Casino).



ΣΧΗΜΑ 1.6 Προϊόντα Γραφείων Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού

1.6 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.6.1 Ορισμός

Είναι τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που λειτουργούν μόνο με επιχειρήσεις, συνεργάζονται δηλαδή σχεδόν αποκλειστικά με εταιρείες, επιχειρηματίες και ελεύθερους επαγγελματίες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους.

Η βασική τους λειτουργία, λοιπόν, είναι να διαχειρίζονται τα ταξιδιωτικά προγράμματα των επιχειρήσεων-πελατών τους.

1.6.2 Τα Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού

Τα Τουριστικά Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού χειρίζονται σχεδόν αποκλειστικά επαγγελματικά ταξίδια καλύπτοντας έτσι το μεγαλύτερο ποσοστό των εργασιών τους με αυτού του είδους τις πωλήσεις.

Το μέγεθος των Τουριστικών Γραφείων Επαγγελματικού Τουρισμού εξαρτάται από τον αριθμό των επιχειρήσεων-πελατών που εξυπηρετούν και τον αριθμό των επαγγελματικών ταξιδιών που διαχειρίζονται.

Τα Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάγκη των επιχειρήσεων να διατηρήσουν σταθερά ή και να μειώσουν τα έξοδα για επαγγελματικά ταξίδια.

Τα μικρά Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού προσφέρουν εξυπηρέτηση σε προσωπικό επίπεδο και εναλλακτικές λύσεις με μειωμένο κόστος για τις επιχειρήσεις, ενώ αντίθετα, τα μεγάλα Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού προσφέρουν εξυπηρέτηση, οικονομία και κίνητρα (εκπτώσεις, προμήθειες κ.ά.), ταχύτητα στις πωλήσεις τους και πολλές φορές πωλήσεις με πίστωση (π.χ. πληρωμή σε 60 ημέρες).

Τα Τουριστικά Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού έχουν κάποια **ιδιαίτερα χαρακτηριστικά**:

- Τηρούν το απόρρητο και γενικότερα την εχεμύθεια για τα ταξιδιωτικά προγράμματα των επιχειρήσεων-πελατών τους.
- Παρέχουν εξειδικευμένες πληροφορίες για τουριστικά δρώμενα, ήθη-έθιμα και ειδικές συνθήκες διαβίωσης, νομίσματα και νομισματικές ισοτιμίες, συνθήκες υγιεινής, εμβόλια, πολιτική κατάσταση και μεσολαβούν για την έκδοση διαβατηρίου, visa, κ.ά.
- Τηρούν αρχείο πελατών. Οι πληροφορίες του αρχείου αυτού περιλαμβάνουν τις ταξιδιωτικές προτιμήσεις των πελατών (εταιρείες, αερογραμμές, θέσεις αεροπλάνου, διαιτολόγιο, αλυσίδες ξενοδοχείων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και εστιατορίων), τον τρόπο πληρωμής και άλλες αναγκαίες πληροφορίες.

- Καταρτίζουν “αναφορές” προς τις επιχειρήσεις-πελάτες τους σχετικά με τις ταξιδιωτικές τους δαπάνες.
- Παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες και εξυπηρετήσεις, όπως ενοικίαση μικρών αεροσκαφών, ελικοπτέρων, συνεδριακών χώρων, χώρων συναντήσεων *privé* (μυστικές συναντήσεις), κ.ά.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις στο εξωτερικό έχουν μέσα στο χώρο τους ένα γραφείο Επαγγελματικού Τουρισμού, που είναι είτε υποκατάστημα ενός μεγάλου Τουριστικού Γραφείου είτε είναι αυτόνομο τμήμα της επιχείρησης με αντικείμενο εργασιών ταξιδιωτικού γραφείου.

1.6.3 Τα Γραφεία Εισιτηρίων

Τα Γραφεία Έκδοσης Εισιτηρίων είναι παραρτήματα μεγάλων Τουριστικών Γραφείων. Στο εξωτερικό, τα Γραφεία Έκδοσης Εισιτηρίων βρίσκονται, εκτός από τους χώρους μεγάλων επιχειρήσεων και σε πανεπιστήμια, υπουργεία, στρατιωτικές εγκαταστάσεις, αεροδρόμια, λιμάνια και σιδηροδρομικούς σταθμούς.

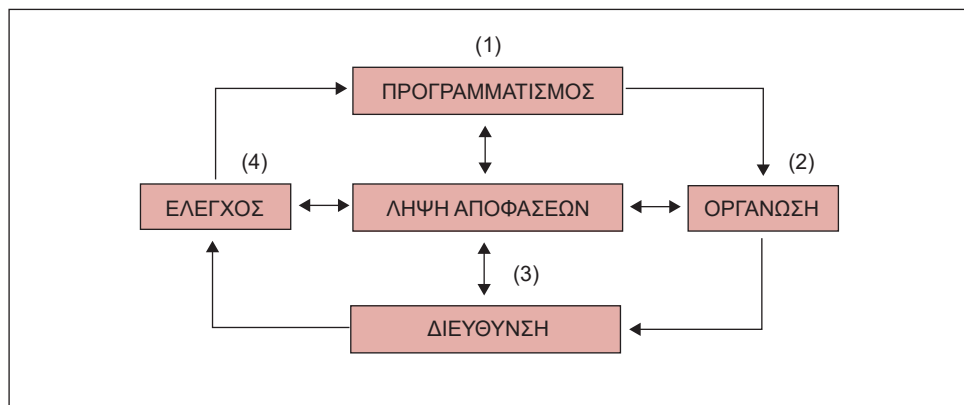
Είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για άτομα που θέλουν να ταξιδέψουν μέσα σε περιορισμένο χρονικό διάστημα.

1.7 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ & ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

1.7.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με την επιστήμη της Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων, που ασφαλώς αφορά και επιχειρήσεις όπως είναι τα Τουριστικά Γραφεία, η **Διοίκηση** (Management) έχει οριστεί και ως διαδικασία τεσσάρων βασικών λειτουργιών: **Προγραμματισμού ή Σχεδιασμού** (Programming or Planning), **Οργάνωσης** (Organization), **Διεύθυνσης** (Management) και **Ελέγχου** (control).

Η διαδικασία αποτελεσματικής διοίκησης ενός Τουριστικού Γραφείου ξεκινά με τον Προγραμματισμό, συνεχίζεται με την Οργάνωση και τη Διεύθυνση και καταλήγει στον Έλεγχο, ο οποίος με τη σειρά του οδηγεί στην αναθεώρηση ή μη του προγραμματισμού (**επαναπληροφόρηση**, feedback). Βασική, επίσης, λειτουργία του management είναι και η **λήψη αποφάσεων** (Decision Making) στην επιχείρηση.



ΣΧΗΜΑ 1.7 Διαδικασία Αποτελεσματικής Διοίκησης

❖ Ο Προγραμματισμός (programming, planning).

Είναι η διαδικασία ή το σύστημα των ενεργειών με τις οποίες καθορίζονται οι στόχοι του Τουριστικού Γραφείου, προβλέπεται η μελλοντική του εξέλιξη και προσδιορίζονται οι τρόποι, οι ενέργειες και τα μέσα με τα οποία θα επιτευχθούν οι στόχοι του στο συγκεκριμένο περιβάλλον.

Ο Προγραμματισμός περιλαμβάνει:

- ❖ τον καθορισμό στόχων,
- ❖ τη διαμόρφωση των μακροπρόθεσμων και βραχυπρόθεσμων ενεργειών,
- ❖ την καθημερινή λειτουργία και πολιτική.

❖ Η Οργάνωση (Organization).

Είναι ο συνδυασμός των δομών (θέσεων εργασίας, τμημάτων, σχέσεων εξουσίας, ιεραρχικών επιπέδων), των διαδικασιών και των κανόνων λειτουργίας, ώστε να εξασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα στο Τουριστικό Γραφείο.

Η οργάνωση εκφράζεται συνήθως με:

- ❖ Οργανόγραμμα, το οποίο παρουσιάζει την οργανωτική διάρθρωση.
- ❖ Καταμερισμό των εργασιών στις διάφορες θέσεις εργασίας.
- ❖ Εκχώρηση εξουσίας σε χαμηλότερα κλιμάκια διοίκησης.
- ❖ Τμηματοποίηση των λειτουργιών ή άλλη μορφή τμηματοποίησης.

❖ Η Διεύθυνση (Directing).

Η διεύθυνση αφορά τη σωστή διοίκηση του ανθρώπινου παράγοντα. Είναι, δηλαδή, η καθοδήγηση, η ενθάρρυνση και η ενεργοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού του Τουριστικού Γραφείου για την καλύτερη δυνατή επίτευξη των στόχων τόσο μακροχρόνια όσο και βραχυχρόνια. Η λειτουργία της διεύθυνσης ξεπερνά τα όρια της απλής έκδοσης οδηγιών και εντολών από τα ανώτερα προς τα κατώτερα στελέχη του Τουριστικού Γραφείου.

❖ **Ο Έλεγχος (Control).**

Είναι η συστηματική παρακολούθηση των ενεργειών των διάφορων μελών του Τουριστικού Γραφείου, για την εξακρίβωση και τη διόρθωση τυχόν αποκλίσεων από τους στόχους που έχουν τεθεί.

1.7.2 Η Ίδρυση Τουριστικού Γραφείου

Σύμφωνα με τα παραπάνω η Οργάνωση και Διοίκηση ενός Τουριστικού Γραφείου πραγματοποιείται σε δύο επίπεδα:

- ❖ Σε **στρατηγικό** επίπεδο που περιλαμβάνει κυρίως τις λειτουργίες του Προγραμματισμού και της Οργάνωσης και
- ❖ Σε **λειτουργικό** επίπεδο που περιλαμβάνει κυρίως τη Διεύθυνση και τον Έλεγχο.

Η ίδρυση και οργάνωση μιας επιχείρησης Τουριστικού Γραφείου απαιτεί:

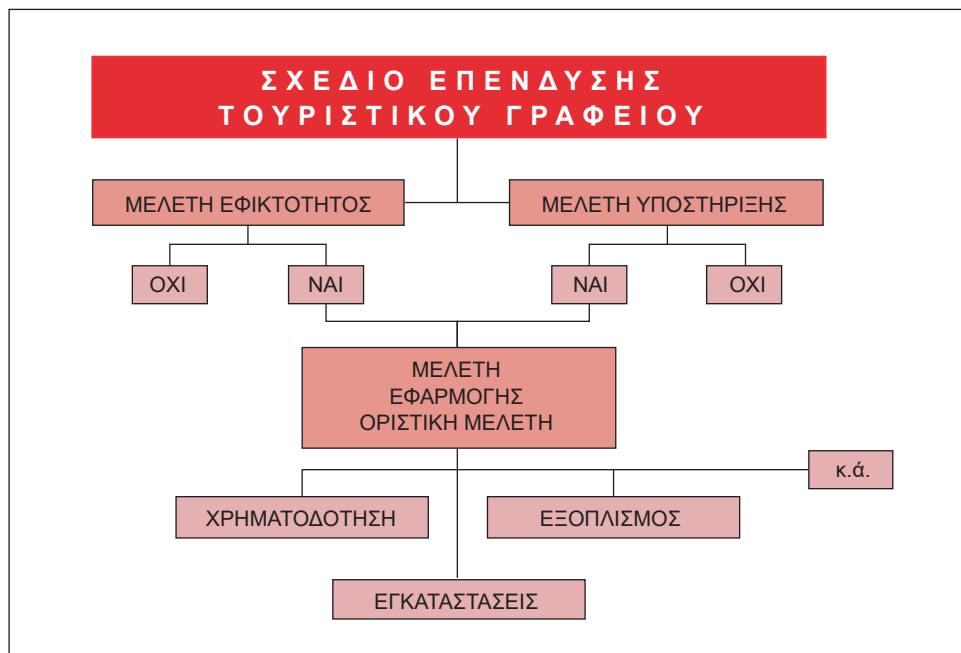
- ❖ την εκπόνηση **“Μελέτης Εφικτότητας”** και άλλων **“Μελετών Υποστήριξης”**, όπου γίνεται πλήρης αξιολόγηση του “Σχεδίου Επένδυσης” Τουριστικού Γραφείου και περιλαμβάνει μεταξύ άλλων:

- ♦ Έρευνα Αγοράς.
- ♦ Επιλογή της Άριστης Τοποθεσίας.
- ♦ Επιλογή της Άριστης Τεχνολογίας.
- ♦ Επιλογή του Άριστου Οικονομικού και Τεχνικού Μεγέθους Παραγωγής.
- ♦ Έρευνα Marketing.

Το αποτέλεσμα αυτών των μελετών κρίνει κατά πόσο η επένδυση που σχεδιάζεται είναι σκόπιμη, δηλαδή οικονομικά βιώσιμη,

- ❖ την εκπόνηση της **“Οριστικής Μελέτης”** ή **“Μελέτης Εφαρμογής”** που περιλαμβάνει τη λεπτομερή ανάπτυξη όλων των οργανωτικών και λειτουργικών θεμάτων για την ίδρυση του Τουριστικού Γραφείου (χρηματοδότηση, εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, κ.ά.).

Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζονται απλά τα θέματα που εξετάζονται σε μια μελέτη σκοπιμότητας.



ΣΧΗΜΑ 1.8 Φάσεις Σχεδίου Επένδυσης Τουριστικού Γραφείου

1.7.3 Η Επιλογή Θέσης, ο Εξοπλισμός, οι Εγκαταστάσεις του Τουριστικού Γραφείου

Όπως προαναφέρθηκε, ανάμεσα στις μελέτες για την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία ενός Τουριστικού Γραφείου είναι και η Μελέτη Επιλογής της άριστης τοποθεσίας εγκατάστασης.

Η επιλογή της τοποθεσίας εγκατάστασης ενός Τουριστικού Γραφείου αποτελεί μια από τις πιο καθοριστικές αποφάσεις που λαμβάνει ο επενδυτής-επιχειρηματίας, γιατί αυτή καθορίζει την αγορά (κατηγορίες καταναλωτών τουριστικών προϊόντων) προς την οποία απευθύνεται το Τουριστικό Γραφείο.

Στη μελέτη αυτή επιλέγεται:

- η πόλη εγκατάστασης,
- η περιοχή εγκατάστασης μέσα στην πόλη,
- η θέση εγκατάστασης μέσα στην περιοχή.

Ο προσδιοριστικός παράγοντας για την επιλογή τοποθεσίας εγκατάστασης είναι **οι επιχειρηματικές δραστηριότητες** που σκοπεύει να αναπτύξει το Τουριστικό Γραφείο που έχουν σχέση:

- με το είδος του τουρίστα - πελάτη,
- με τον τύπο του Τουριστικού Γραφείου (Εσωτερικού, Εισερχόμενου ή Εξερχόμενου Τουρισμού).

Με βάση αυτά τα δεδομένα το Τουριστικό Γραφείο εάν στοχεύει:

- ✓ σε μεμονωμένους / περαστικούς πελάτες (passants), τότε συνιστάται να επιλέξει το ισόγειο ενός κτηρίου σε κεντρικό σημείο της πόλης, ώστε να είναι εμφανές και με εύκολη πρόσβαση, διότι δραστηριοποιείται στην έκδοση εισιτηρίων, στην πώληση εκδρομών, στην εξεύρεση καταλυμάτων, στην ενοικίαση αυτοκινήτων, στο συνάλλαγμα κ.ά.,
- ✓ στον επαγγελματικό Τουρισμό, τότε συνιστάται να επιλέξει όροφο κτιρίου σε περιοχή με επιχειρηματική και επαγγελματική κίνηση,
- ✓ στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων Γενικού Τουρισμού (Εισερχόμενου ή Εξερχόμενου) ή είναι ανταποκριτής ενός Tour Operator εξωτερικού, τότε συνιστάται να επιλέξει ένα χώρο με μεγάλη επιφάνεια σε ισόγειο ή όροφο κτιρίου, όπου θα είναι δυνατόν να οργανωθούν τα τμήματα και να εργαστούν πολλά άτομα, σε μια λειτουργική και εργονομική χωροδιάταξη.

Ο τύπος και το μέγεθος των δραστηριοτήτων ενός Τουριστικού Γραφείου, καθορίζουν το είδος, τη μορφή των εγκαταστάσεων και τον εξοπλισμό (σύμφωνα και με τη Μελέτη Εφικτότητας).

Το Τουριστικό Γραφείο πρέπει να διαθέτει τον άριστο εξοπλισμό (έπιπλα, μηχανές γραφείου, συσκευές κ.τ.λ.), που θα εξασφαλίζει το άριστο οικονομικό και τεχνικό μέγεθος της παραγωγής του.

Η διαμόρφωση του χώρου και η επιλογή των χρωμάτων του Τουριστικού Γραφείου συμβάλλουν στη διαμόρφωση του Τουριστικού “Προϊόντος” και δημιουργούν το κατάλληλο κλίμα τόσο για τους πελάτες όσο και για τους εργαζόμενους στο Τουριστικό Γραφείο.

1.7.4 Η Νομική Μορφή των Τουριστικών Γραφείων

Τα Τουριστικά Γραφεία είναι κερδοσκοπικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με βάση τις αρχές του ιδιωτικού δικαίου και ιδιαίτερες νομικές συμφωνίες.

Σύμφωνα με το φορέα και τη νομική τους μορφή οι επιχειρήσεις των Τουριστικών Γραφείων διακρίνονται σε ατομικές και εταιρικές.

- ❖ Το **ατομικό** Τουριστικό Γραφείο ταυτίζεται με το πρόσωπο του επιχειρηματία. Χαρακτηρίζεται από ευελιξία και προσαρμοστικότητα στις αλλαγές της αγοράς αλλά και μικρά κεφάλαια και μικρή πιστοληπτική ικανότητα.
- ❖ Το **εταιρικό** Τουριστικό Γραφείο είναι αποτέλεσμα της συνεργασίας δύο ή περισσότερων ατόμων ή φορέων με σκοπό το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και διακρίνεται σε:
 - ❖ **Προσωπικές εταιρείες:** Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.), Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.) και Αφανής ή Συμμετοχική.
 - ❖ **Κεφαλαιουχικές Εταιρείες-Απρόσωπες:** Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.), Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.).

1.7.5 Η Άδεια Λειτουργίας Τουριστικού Γραφείου

Για την εγκατάσταση και λειτουργία των Τουριστικών Γραφείων απαιτείται άδεια και χορήγηση ειδικού σήματος από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).

1.7.5.1 Τα Απαιτούμενα δικαιολογητικά

Σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.393/76, όπως τροποποιήθηκε με το Π.Δ. 288/91 και του Ν.2160/93 (ΦΕΚ 118/τ. Α/93), για να χορηγηθεί σε ένα Τουριστικό Γραφείο (Εσωτερικού ή Γενικού Τουρισμού) ειδικό σήμα λειτουργίας, πρέπει να υπάρχουν οι εξής προϋποθέσεις:

❖ Για φυσικά πρόσωπα:

- ❖ Απολυτήριο Ενιαίου Λυκείου.
- ❖ Τίτλος Ξένης Γλώσσας χώρας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- ❖ Αντίγραφο Λευκού Ποινικού Μητρώου και ικανότητα δικαιοπραξίας.
- ❖ Ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση (20 τ.μ. για Τουριστικό Γραφείο Γενικού Τουρισμού και 12 τ.μ. για Τουριστικό Γραφείο Εσωτερικού Τουρισμού).
- ❖ Εγγυητική επιστολή πενταετούς διάρκειας (διαφορετικού ύψους για τα Τουριστικά Γραφεία Γενικού Τουρισμού και για τα Τουριστικά Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού).
- ❖ Παράβολα υπέρ Ε.Ο.Τ., υπέρ Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης και Πρόνοιας Προσωπικού Ελληνικής Ραδιοφωνίας - Τηλεόρασης και Τουρισμού (Τ.Ε.Α.Π.Π.Ε.Ρ.Τ.Τ.) και υπέρ Συνδέσμου Τουριστικών Γραφείων.
- ❖ Φορολογική Ενημερότητα.

❖ Για νομικά πρόσωπα:

- ❖ Όλα τα προαναφερθέντα για τα φυσικά πρόσωπα.
- ❖ Καταστατικό εταιρείας.
- ❖ Ορισμός διαχειριστή ή εκπροσώπου της εταιρείας.

1.7.5.2 Ο Υπεύθυνος Τουριστικού Γραφείου

Εάν ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας ή ο διαχειριστής ή ο εκπρόσωπος της εταιρείας δεν έχει απολυτήριο Λυκείου ή γνώση ξένης γλώσσας χώρας Ευρωπαϊκής Ένωσης, υποχρεούται να ορίσει άλλο πρόσωπο που να έχει αυτές τις προϋποθέσεις, ως υπεύθυνο της επιχείρησης, ο οποίος θα είναι πλήρους και αποκλειστικής απασχόλησης.

Ο επιχειρηματίας και ο υπεύθυνος του γραφείου πρέπει να έχουν συμπληρώσει απαραίτητα το 18ο έτος της ηλικίας τους και να είναι ασφαλισμένοι στο Ταμείο Ασφάλισης Ναυτιλιακών και Πρακτορειακών Υπαλλήλων (ΤΑΝΠΥ).

1.7.5.3 Οι Διακριτικοί Τίτλοι Τουριστικού Γραφείου

Για να χρησιμοποιεί το Τουριστικό Γραφείο διακριτικό τίτλο στην επιχείρησή του καθώς και σε άλλα έντυπα, πινακίδες και άλλα επικοινωνιακά μέσα, πρέπει να έχει γραπτή έγκριση του Ε.Ο.Τ.

1.7.5.4 Έλεγχος και Εποπτεία Τουριστικού Γραφείου

Τα Τουριστικά Γραφεία εποπτεύονται και ελέγχονται από τον ΕΟΤ. Σε περιπτώσεις όπου το Τουριστικό Γραφείο παραβαίνει τους κανονισμούς και τους νόμους ή αρνηθεί τον έλεγχο από τον ΕΟΤ, του επιβάλλονται κυρώσεις, οι οποίες ανάλογα με τη βαρύτητα του παραπτώματος είναι:

- ✓ Επίπληξη.
- ✓ Πρόστιμο.
- ✓ Αφαίρεση άδειας λειτουργίας για χρονικό διάστημα έως έξι μηνών.
- ✓ Ανάκληση άδειας λειτουργίας, εφόσον μέσα σε δύο έτη του έχει αφαιρεθεί προσωρινά η άδεια δύο φορές.



Τουριστική Περιοχή Αρχαίας Τροίας



ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Ο σύγχρονος τουρισμός αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα σε διεθνές αλλά και σε τοπικό επίπεδο. Με την καταγραφή των εννοιών του τουρισμού και του τουρίστα και των τύπων τουρισμού που δημιουργεί αυτό το μαζικό φαινόμενο, έγινε αντιληπτή η έκταση αυτής της παραγωγικής διαδικασίας. Μέσα από την εξέταση της τουριστικής αγοράς αναδείχθηκε η θέση και ο ρόλος του Τουριστικού Γραφείου, ως βασικού λειτουργικού στοιχείου του τουριστικού ταξιδιού.

Με την περιγραφή των λειτουργιών των Γραφείων Εσωτερικού, Εισερχόμενου (incoming) και Εξερχόμενου (outgoing) Τουρισμού, αναλύθηκαν οι βασικές υπηρεσίες που παρέχουν τα Τουριστικά Γραφεία. Τα μειονεκτήματα του μαζικού τουρισμού αντιμετωπίζονται από τις λεγόμενες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρουν τα Γραφεία Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού. Τα Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τουριστικής μετακίνησης στον επαγγελματικό χώρο των εκθέσεων, των συνεδρίων και των κινήτρων.

Στις οργανωμένες κοινωνίες, όπως είναι η ελληνική, η ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας υπόκειται στον έλεγχο του κράτους. Έτσι και η ίδρυση και η λειτουργία ενός Τουριστικού Γραφείου απαιτούν αφενός την υπαγωγή του στους τεχνικοοικονομικούς κανόνες της αγοράς (μελέτη ίδρυσης και λειτουργίας, επιστημονικές μέθοδοι οργάνωσης και διοίκησης, νομική μορφή κ.τ.λ.) και της επιχειρηματικότητας, αφετέρου και την υπαγωγή του στα εκάστοτε ειδικά πλαίσια ελέγχου και εποπτείας των Τουριστικών Γραφείων.



ΕΝΝΟΙΕΣ-ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Τουρισμός - ταξιδιώτης - εκδρομέας - τουρίστας - τύποι τουρισμού - τουριστική αγορά - τουριστική ζήτηση - τουριστική προσφορά - τουριστική επιχείρηση - τουριστικό γραφείο.



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1. Τι καλείται τουρισμός;
2. Πώς εμφανίζεται ο τουρισμός στη σύγχρονη εποχή;
3. Ποια άτομα ονομάζονται ταξιδιώτες και σε ποιες ομάδες διαχωρίζονται;
4. Σε ποιες κατηγορίες διακρίνονται οι ταξιδιώτες/επισκέπτες;
5. Ποιοι είναι οι ταξιδιώτες που δεν συμπεριλαμβάνονται στις τουριστικές στατιστικές;
6. Πώς διακρίνεται ο τουρισμός ανάλογα με το σκοπό (αποστολή) που εξυπηρετεί;
7. Πώς ορίζεται η τουριστική αγορά;
8. Ποια συστατικά στοιχεία περιέχει η τουριστική αγορά;
9. Τι αντιπροσωπεύει και σε τι αποσκοπεί η τουριστική ζήτηση;
10. Τι αντιπροσωπεύει η τουριστική προσφορά και σε τι αποσκοπεί το τουριστικό προϊόν;
11. Ποιες επιχειρήσεις ονομάζονται τουριστικές και πώς διακρίνονται ανάλογα με το αντικείμενο δράσης τους;
12. Τι είναι το Τουριστικό Γραφείο και ανάμεσα σε ποιους μεσολαβεί;
13. Ποιο είναι το τρίπτυχο ανάπτυξης των υπηρεσιών του Τουριστικού Γραφείου;
14. Πώς ορίζεται το Τουριστικό Γραφείο σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία;
15. Ποιες είναι κατά το νόμο οι κυριότερες εργασίες ενός Τουριστικού Γραφείου;
16. Ποιοι είναι οι τύποι των Τουριστικών Γραφείων σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία;
17. Συγκέντρωσε και παρουσίασε μέσα στην τάξη σου υλικό σχετικό με τα Τουριστικά Γραφεία.
18. Ποια είναι η διαδικασία παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος των Γραφείων Εσωτερικού Τουρισμού;
19. Ποιες υπηρεσίες αναλαμβάνουν τα Γραφεία Εισερχόμενου Τουρισμού;
20. Ανάφερε τα χαρακτηριστικά τμήματα ενός Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού.
21. Ανάφερε τα χαρακτηριστικά τμήματα ενός Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού.

- 

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

This image shows a blank sheet of handwriting practice paper. It features a vertical red line on the left side, creating a margin. There are five horizontal dashed lines across the page, providing guides for letter height and placement. The rest of the page is white and empty for writing practice.

ΣΤΟΧΟΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Μετά τη μελέτη του κεφαλαίου αυτού πρέπει να είστε σε θέση να:

- ⊙ περιγράφετε τις λειτουργίες των Τουριστικών Γραφείων και τις υπηρεσίες που παρέχουν αυτά
- ⊙ κατονομάζετε τις αντίστοιχες εργασίες λειτουργικής προετοιμασίας ενός Τουριστικού Γραφείου, ανάλογα με τη χρονική περίοδο
- ⊙ περιγράφετε τα διάφορα είδη συμφωνίας μεταξύ Τουριστικών Γραφείων και τουριστικών καταλυμάτων
- ⊙ διακρίνετε τα είδη των κρατήσεων και να διεκπεραιώνετε τις εργασίες που αφορούν την διαχείρισή τους
- ⊙ κατανοείτε το περιεχόμενο των εντολών κράτησης
- ⊙ αναπτύσσετε βασικά θέματα που άπτονται της μεταφοράς-μετακίνησης των τουριστών-πελατών του Τουριστικού Γραφείου
- ⊙ αναγνωρίζετε τα επιμέρους στοιχεία που συνθέτουν το αεροπορικό προϊόν
- ⊙ κατονομάζετε τους παράγοντες ικανοποίησης των επιβατών που ταξιδεύουν αεροπορικώς
- ⊙ περιγράφετε βασικούς όρους και έννοιες σχετικές με τη βασική ορολογία εξυπηρέτησης επιβατών αεροδρομίου
- ⊙ αναφέρετε τα βασικά χαρακτηριστικά και τις ιδιαιτερότητες των χερσαίων και των θαλάσσιων περιηγήσεων (κρουαζιέρες)
- ⊙ αναπτύσσετε τις παλαιές και τις σύγχρονες διαδικασίες κράτησης και έκδοσης εισιτηρίων
- ⊙ αναγράφετε τα κατάλληλα στοιχεία στα αντίστοιχα έντυπα εισιτηρίων.
- ⊙ χρησιμοποιείτε και να συμπληρώνετε το ειδικό έντυπο Μ.Σ.Ο.
- ⊙ αναγνωρίζετε τις εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης για κάθε περίπτωση
- ⊙ επιλέγετε την κατάλληλη πηγή πληροφόρησης
- ⊙ διακρίνετε τα είδη των ταξιδιωτικών εγγράφων
- ⊙ περιγράφετε τις διαδικασίες έκδοσης και επικύρωσης των διάφορων ταξιδιωτικών εγγράφων.

2.1 ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Το Τουριστικό Γραφείο αποτελεί ένα από τα βασικά στοιχεία της σύγχρονης τουριστικής αγοράς. Οι συνεχώς αυξανόμενες τουριστικές ανάγκες των ατόμων επιβάλλουν στο τουριστικό πρακτορείο την άμεση και ποιοτική αντιμετώπιση των απαιτήσεων και προσδοκιών του τουρίστα-πελάτη, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή.

Έτσι, το Τουριστικό Γραφείο προετοιμάζει και συντονίζει τις υπηρεσίες του για την αντιμετώπιση των τουριστικών μετακινήσεων, ιδιαίτερα τις χρονικές περιόδους τουριστικής αιχμής, όπως είναι το καλοκαίρι ή ο χειμώνας ή οι μέρες εορτών (Χριστούγεννα, Πάσχα, Τριήμερα των Αποκριών κ.ά.). Σ' αυτές τις περιόδους το Τουριστικό Γραφείο διακινεί το μεγαλύτερο όγκο των τουριστών-πελατών. Γι' αυτό πρέπει να είναι ήδη έτοιμο για να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών.

Αυτό επιτυγχάνεται με τον διαχωρισμό των εργασιών σε τρία κύρια στάδια λειτουργίας:

- ☉ πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου σε **διαδικασίες προετοιμασίας**,
- ☉ κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου σε **προσφερόμενες υπηρεσίες**,
- ☉ μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου σε **εξαγωγή συμπερασμάτων και ολοκλήρωση των διαδικασιών**.

Το Τουριστικό Γραφείο, βέβαια, δεν αδρανεί τους υπόλοιπους μήνες του έτους, όπου η ροή των τουριστών - πελατών είναι χαμηλή. Προετοιμάζεται κατάλληλα σε όλη τη διάρκεια του έτους και δραστηριοποιείται με μία συνεχόμενη ροή επαναλαμβανόμενων εργασιών, για να προσφέρει τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες, που μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- Εξασφάλιση διαμονής και διατροφής με κρατήσεις δωματίων σε τουριστικά καταλύματα στον τόπο προορισμού των τουριστών - πελατών.
- Μεταφορά των τουριστών - πελατών με εξασφάλιση κράτησης θέσης σε μεταφορικά μέσα.
- Έκδοση εισιτηρίων σε μεταφορικά μέσα.
- Μετακινήσεις από τον τόπο άφιξης των τουριστών - πελατών προς το τουριστικό κατάλυμα και αντιστρόφως.
- Περιηγήσεις και ξεναγήσεις οργανωμένων εκδρομών ημερήσιου χαρακτήρα.
- Διάθεση συνοδού στους τουρίστες - πελάτες στον τόπο προορισμού.
- Εξασφάλιση μονοήμερων ή πολυήμερων θαλάσσιων περιηγήσεων (κρουαζιέρες).
- Εξασφάλιση ενοικίασης αυτοκινήτων και μοτοσικλετών.
- Εξασφάλιση ενοικίασης σκαφών αναψυχής.

- Μεσολάβηση για έκδοση, επικύρωση ή ανανέωση ταξιδιωτικών εγγράφων, όπως διαβατηρίου, visa, καρτών υγείας και εμβολιασμών σε χώρες όπου είναι απαραίτητες, ταξιδιωτικές επιταγές κ.ά.
- Μεσολάβηση για ανταλλαγή συναλλάγματος των τουριστών - πελατών.
- Μεταφορά αποσκευών των τουριστών - πελατών.
- Εξασφάλιση σίτισης των τουριστών - πελατών, ιδιαίτερα με τοπικά εδέσματα σε περιοχές όπου αυτά υπάρχουν.
- Εξασφάλιση ψυχαγωγίας και αναψυχής των τουριστών - πελατών αναλόγως των ενδιαφερόντων τους, των τοπικών εθίμων και της εποχής που θα πραγματοποιηθεί η τουριστική μετακίνηση, π.χ. εκδήλωση στην αλλαγή του έτους τη νύχτα της Πρωτοχρονιάς.
- Παροχή ταξιδιωτικής ασφάλισης των τουριστών - πελατών.
- Οργάνωση και σχεδίαση όλων των υπηρεσιών σε ένα κοινό πρόγραμμα αναλόγως του τόπου προορισμού.
- Οργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων και συναφών εκδηλώσεων.
- Μεσολάβηση για ειδικές εκδηλώσεις, όπως συνεστιάσεις, ειδικά δείπνα κ.ά.
- Πραγματοποίηση μετακινήσεων στελεχών και προσωπικού επιχειρήσεων και εταιρειών.
- Πληροφόρηση των τουριστών - πελατών όσον αφορά τον τουριστικό προορισμό, τον τρόπο πρόσβασης, τις κλιματολογικές συνθήκες, τις καταλυματικές μονάδες και τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, τα τουριστικά και πολιτιστικά ενδιαφέροντα του τόπου, όπως αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, ήθη και έθιμα, τοπικά εδέσματα, ειδικές τοπικές εκδηλώσεις, ξεναγήσεις κ.τ.λ., ταξιδιωτική ασφάλιση, ταξιδιωτικά έγγραφα, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ειδικές προσφορές και γενικώς ό,τι έχει σχέση με ένα επικείμενο τουριστικό ταξίδι.
- Οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων, συνεδρίων που μπορεί να περιλαμβάνει αίθουσες στις οποίες θα πραγματοποιηθεί η εκδήλωση, προσφερόμενα εδέσματα, τεχνική υποστήριξη η οποία ενδεχομένως θα χρησιμοποιηθεί, τρόποι σχηματισμών τραπεζιών ή εδράνων κ.τ.λ.

Όλες οι προαναφερθείσες υπηρεσίες έχουν ως κοινό στόχο τη μέγιστη δυνατή ικανοποίηση του τουρίστα - πελάτη, πάντοτε μέσα στο εύρος των δυνατοτήτων του Τουριστικού Γραφείου. Έτσι, οι προσφερόμενες υπηρεσίες πρέπει να είναι ποιοτικά αναβαθμισμένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιτυγχάνεται το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Εκτός όμως από την προσπάθεια που πραγματοποιεί για την ικανοποίηση του τουρίστα - πελάτη, το Τουριστικό Γραφείο είναι και επιχείρηση. Ως επιχείρηση λοιπόν, ακολουθεί τον γενικό κανόνα της αγοράς, δηλαδή τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Με αυτό το δεδομένο διαχωρίζει τις υπηρεσίες που παρέχει σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία, η οποία είναι η μεγαλύτερη και πολυπληθέστερη ανήκουν οι **άμεσες υπηρεσίες** και στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν, οι **έμμεσες υπηρεσίες**.

Άμεσες θεωρούνται οι υπηρεσίες που εμφανίζουν το μεγαλύτερο κέρδος και το βασικό λόγο ύπαρξης του, μία και το Τουριστικό Γραφείο εξαρτάται από αυτές, όπως είναι οι κρατήσεις δωματίων, η οργάνωση ταξιδιών, οι τοπικές εκδρομές, οι κρουαζιέρες, η έκδοση εισιτηρίων κ.ά.

Έμμεσες θεωρούνται οι υπηρεσίες που παρέχουν μικρό κέρδος και ουσιαστικά είναι επικουρικές των πρώτων, όπως είναι η μεταφορά πελατών (transfer), η μεταφορά αποσκευών, η ταξιδιωτική ασφάλιση, η ανταλλαγή συναλλάγματος κ.ά..

Ο τρόπος οργάνωσης και προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες - τουρίστες εξαρτάται από τους στόχους και τις επιδιώξεις του Τουριστικού Γραφείου, τον τρόπο λειτουργίας του στην τουριστική αγορά βάση του μάρκετινγκ (marketing) που ακολουθεί και τέλος τη γενικότερη πολιτική της επιχείρησης.

2.2 ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Προκειμένου να μείνουν ευχαριστημένοι οι τουρίστες-πελάτες από την προσφορά των παρεχόμενων υπηρεσιών του Τουριστικού Γραφείου, πράγμα που σημαίνει και τη θετική οικονομική πορεία του, οργανώνουν τις εργασίες του σε τρία στάδια λειτουργίας.

2.2.1. Πριν την Έναρξη της Τουριστικής Περιόδου

Πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου το Τουριστικό Γραφείο προετοιμάζει τις εργασίες του με την έρευνα και την επιλογή των τουριστικών αγορών στις οποίες θα απευθυνθεί, την επιλογή των προμηθευτών των τουριστικών προϊόντων, των συνεργατών και των αντιπροσώπων του, την πρόσληψη και εκπαίδευση ειδικευμένου προσωπικού που θα στελεχώσει τις επιπλέον θέσεις του Τουριστικού Γραφείου και τέλος την αγορά, τον προγραμματισμό και την προώθηση των τουριστικών προϊόντων. Στη συγκεκριμένη περίοδο το Τουριστικό Γραφείο **οργανώνει** την άριστη εκτέλεση των εργασιών του.

Οι βασικές εργασίες που πραγματοποιεί πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου είναι οι ακόλουθες:

- Προκαθορισμός της πολιτικής που θα ακολουθήσει το Τουριστικό Γραφείο.
- Έρευνα αγοράς όσον αφορά τις προθέσεις των τουριστών - πελατών για τις τουριστικές μετακινήσεις.
- Έρευνα τουριστικής αγοράς όσον αφορά τους τουριστικούς προορισμούς.

- Κρατήσεις θέσεων κατόπιν συμφωνίας για συγκεκριμένο όγκο πωλήσεων με αεροπορικές και πλοιοκτήτριες εταιρείες.
- Κρατήσεις συγκεκριμένου όγκου κλινών κατόπιν συμφωνίας σε τουριστικά καταλύματα.
- Κρατήσεις συγκεκριμένου όγκου καμπίνων κατόπιν συμφωνίας σε πλοία θαλάσσιου περιηγητισμού (κρουαζιερόπλοια).
- Κλείσιμο συμφωνιών συνεργασίας για αγορά συγκεκριμένου όγκου τουριστικών πακέτων με τους Παραγωγούς και Διαχειριστές Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators).
- Κλείσιμο συμφωνιών συνεργασίας με επιχειρήσεις τουριστικών λεωφορείων, ταξί και επισιτιστικών μονάδων.
- Κλείσιμο συμφωνιών συνεργασίας με γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, μοτοσικλετών και σκαφών αναψυχής.
- Κλείσιμο συμφωνιών συνεργασίας με συνοδούς και ξεναγούς των τουριστών - πελατών.
- Κλείσιμο συμφωνιών συνεργασίας με άλλα ταξιδιωτικά γραφεία του εσωτερικού ή του εξωτερικού της χώρας για παροχή υπηρεσιών στους τουρίστες - πελάτες στον τόπο προορισμού τους και αντιστρόφως.
- Υπογραφές συμβολαίων με τους αρμόδιους όλων των προαναφερθεισών υπηρεσιών.
- Ενημέρωση για εκδηλώσεις ή γεγονότα που θα πραγματοποιηθούν στη συγκεκριμένη τουριστική περίοδο π.χ. φεστιβάλ, αθλητικές δραστηριότητες κ.ά.
- Εκπόνηση τουριστικών προγραμμάτων και τοπικών εκδρομών με συνδυασμό των προαναφερθεισών τουριστικών υπηρεσιών.
- Τιμολόγηση όλων των παρεχόμενων υπηρεσιών για μεμονωμένους τουρίστες - πελάτες και ομάδες.
- Τύπωση προγραμμάτων διακοπών και τουριστικών φυλλαδίων.
- Πληροφόρηση και προώθηση προς τους μελλοντικούς τουρίστες - πελάτες των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρει το Τουριστικό Γραφείο μέσω προβολής, δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης.
- Σύνταξη ερωτηματολογίου για τους τουρίστες - πελάτες όσον αφορά τις εντυπώσεις τους για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του Τουριστικού Γραφείου.
- Ενημέρωση λογιστηρίου για προκαταβολές που ήδη έχουν δοθεί ή έχουν εισπραχθεί και τέλος,
- Οργάνωση όλων των τμημάτων για να είναι σε θέση να δεχθούν τον όγκο των τουριστών - πελατών την τουριστική περίοδο αιχμής καθώς και επιλογή και εκπαίδευση νέου προσωπικού που θα επανδρώσει τη συγκεκριμένη τουριστική περίοδο θέσεις εργασίας του Τουριστικού Γραφείου.

2.2.2. Κατά τη Διάρκεια Αιχμής της Τουριστικής Περιόδου

Κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου το Τουριστικό Γραφείο είναι προετοιμασμένο για να δεχθεί τους πελάτες - τουρίστες και λειτουργεί με κύριο άξονα τις πωλήσεις και την άμεση προώθηση των ήδη υπάρχουσών τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων. Επίσης έχει συνεχείς επαφές με τους προμηθευτές, τους συνεργάτες και τους αντιπροσώπους του, για τη διευκόλυνση των τουριστών - πελατών. Η δεύτερη περίοδος αποτελεί τον **βασικό κορμό** όλων των διαδικασιών και των παρεχόμενων υπηρεσιών του Τουριστικού Γραφείου, με βασική αρχή του την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των μετακινούμενων τουριστών - πελατών εντός και εκτός της επικράτειας της χώρας.

Οι βασικές εργασίες με τις οποίες είναι επιφορτισμένο ένα Τουριστικό Γραφείο στην διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου είναι οι ακόλουθες:

- Προώθηση, πώληση και διάθεση όλων των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών ομαδικά ή μεμονωμένα.
- Ενημέρωση των τουριστών - πελατών για όλες τις παρεχόμενες από το Τουριστικό Γραφείο υπηρεσίες.
- Σύνταξη ημερήσιων και εβδομαδιαίων προγραμμάτων και δρομολογίων για την υποδοχή των τουριστών - πελατών, τη μετακίνησή τους, τις εκδρομές τους και την αναχώρησή τους.
- Κοινοποίηση των προγραμμάτων και των δρομολογίων στους συνοδούς, στους ξεναγούς και στους οδηγούς των τουριστικών λεωφορείων.
- Σύνταξη καταστάσεων, έκδοση και αποστολή όλων των απαραίτητων εγγράφων για την πραγματοποίηση ενός τουριστικού ταξιδιού.
- Δημιουργία φακέλων τουριστών - πελατών με τις μετακινήσεις τους.
- Ενημέρωση του Τουριστικού Γραφείου και των αντιπροσώπων για τους αφικνούμενους, αναχωρούντες και μετακινούμενους τουρίστες - πελάτες στο εξωτερικό και στο εσωτερικό της χώρας.
- Ενημέρωση άλλων τουριστικών επιχειρήσεων και μέσων μεταφοράς με τα αντίστοιχα έγγραφα για την αναμονή και μετακίνηση των τουριστών - πελατών.
- Επιβεβαίωση κρατήσεων, αναχωρήσεων και αφίξεων πελατών, από και προς τον τόπο προορισμού τους.
- Πραγματοποιήσεις κρατήσεων εκτός τουριστικών προγραμμάτων, όπως ενοικιάσεις αυτοκινήτων, επιπλέον εκδρομές κ.ά.
- Αντιμετώπιση πάσης φύσεως προβλήματος κατά την διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού.
- Συναλλαγές με υπηρεσίες, εταιρείες και οργανισμούς για την εξυπηρέτηση των τουριστών - πελατών.
- Διαφοροποιήσεις ή αποκλίσεις από τον αρχικό σχεδιασμό των τουριστικών προγραμμάτων πριν την αναχώρηση των τουριστών - πελατών ή κατά τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού.
- Εφαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας σε περιπτώσεις ακύρωσης ήδη αγο-

ρασθεισών υπηρεσιών από τους τουρίστες - πελάτες.

- Παροχές ειδικών υπηρεσιών σε υψηλά πρόσωπα (V.I.P.).
- Εκπόνηση και προώθηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και τέλος,
- Καθημερινή ενημέρωση και παρακολούθηση των χρεώσεων και των πιστώσεων των λογαριασμών των τουριστών - πελατών.



EIKONA 2.1: Αιχμή
Τουριστικής
Περίόδου

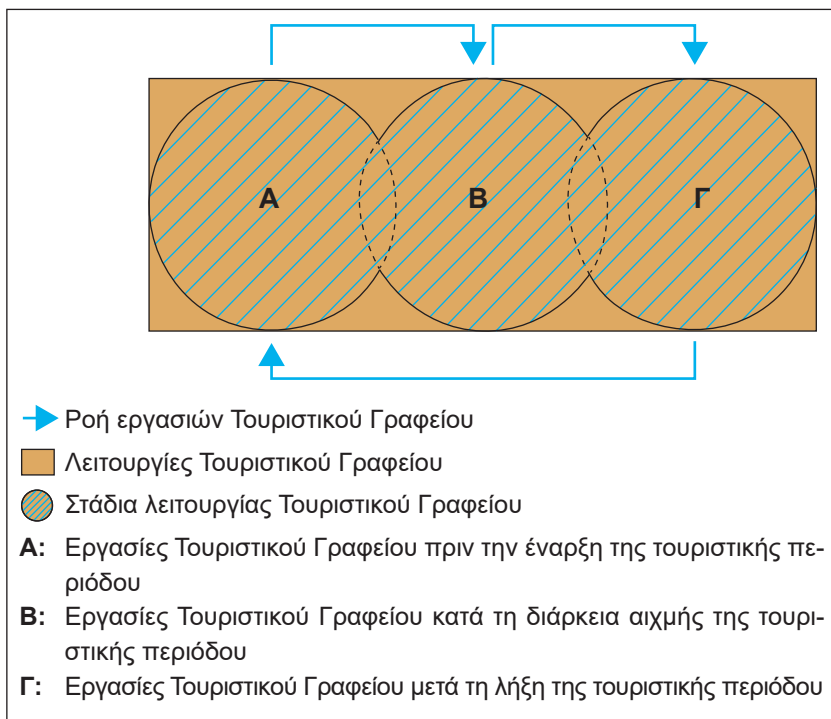
2.2.3. Μετά τη Λήξη της Τουριστικής Περιόδου

Μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου, στο Τουριστικό Γραφείο εμφανίζονται τα **αποτελέσματα** της σωστής ή λανθασμένης πορείας που ακολούθησε κατά τις δύο προηγούμενες περιόδους και εξάγει μέσα από αυτά, συμπεράσματα. Ουσιαστικά είναι μία περίοδος **απολογισμού** των πεπραγμένων, κατά την οποία αξιολογείται η θετική ή η αρνητική εικόνα που έχει σχηματίσει για το Τουριστικό Γραφείο και τις προσφερόμενες υπηρεσίες του ο τουρίστας-πελάτης. Άλλωστε ο ίδιος είναι ο καλύτερος διαφημιστής ή δυσφημιστής του Τουριστικού Γραφείου. Φαινομενικά εμφανίζεται ως η πιο εύκολη περίοδος. Στην πραγματικότητα όμως είναι η δυσκολότερη, αφού μετά την εξαγωγή των στατιστικών στοιχείων για την αύξηση ή μείωση της τουριστικής μετακίνησης και τα αποτελέσματα της οικονομικής πορείας, θα φανεί εάν η πολιτική, την οποία ακολούθησε το Τουριστικό Γραφείο και η επιλογή των προμηθευτών, των συνεργατών και των αντιπροσώπων, έδωσε τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Οι βασικές εργασίες οι οποίες πραγματοποιούνται μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου σε ένα Τουριστικό Γραφείο, είναι οι ακόλουθες:

- Επεξεργασία στατιστικών δεδομένων για την κίνηση της τουριστικής περιόδου.
- Αναλύσεις και εξαγωγή θετικών ή αρνητικών συμπερασμάτων για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του Τουριστικού Γραφείου μέσα από τα ερωτηματολόγια.
- Αξιολόγηση των παραγωγών και διαχειριστών των τουριστικών προϊόντων, καθώς και των προμηθευτών, συνεργατών και αντιπροσώπων και λήψη αποφάσεων για συνεργασία ή όχι, στην επόμενη τουριστική περίοδο.
- Αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών καθ' όλη την διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- Απολογισμός πιθανών λαθών, σφαλμάτων, λανθασμένων ενεργειών ή ελλείψεων των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.
- Αποστολές τιμολογίων για εισπράξεις και εξοφλήσεις.
- Κλείσιμο λογαριασμών και εξαγωγή κέρδους ή ζημιάς της τουριστικής περιόδου.
- Γενικός απολογισμός της τουριστικής περιόδου και σύγκριση αυτής με προηγούμενα έτη.
- Αποστολή ευχαριστηρίων επιστολών στους τουρίστες - πελάτες.
- Διατήρηση της επαφής με τους τουρίστες - πελάτες με αποστολές καρτών Χριστουγέννων και ενημέρωση για τα νέα τουριστικά προγράμματα π.χ. περίοδος Χριστουγέννων, Πρωτοχρονιάς κ.ά.
- Αρχαιοθετήσεις φακέλων τουριστών - πελατών.
- Αρχαιοθετήσεις εγγράφων και αλληλογραφίας με τους παραγωγούς και διαχειριστές (tour operators), τους αντιπροσώπους, τους συνεργάτες και τους προμηθευτές του Τουριστικού Γραφείου και τέλος,
- Προετοιμασίες για τη νέα τουριστική περίοδο με την αξιολόγηση της πολιτικής του Τουριστικού Γραφείου και σε περίπτωση που κριθεί αναγκαίο, με τον επαναπροσδιορισμό των στόχων του.

Μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου, στο Τουριστικό Γραφείο αρχίζει νέα διαδικασία λειτουργιών και παρεχόμενων υπηρεσιών, ξεκινώντας πάλι από το πρώτο στάδιο πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου, σε μία συνεχιζόμενη ροή εργασιών, η οποία ουσιαστικά σταματά μόνο με τη διακοπή της λειτουργίας του.



ΣΧΗΜΑ 2.1 Στάδια Λειτουργίας Τουριστικού Γραφείου

2.3 Η ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Ένα σημαντικό μέλημα του τουρίστα - καταναλωτή είναι η διαμονή του. Ο ίδιος δεν έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει τις τουριστικές μονάδες της περιοχής που έχει επιλέξει να επισκεφθεί. Επίσης δεν γνωρίζει τις υπηρεσίες που οι μονάδες διαθέτουν ή δεν έχει τον χρόνο για να πραγματοποιήσει έρευνα για ανεύρεση και επιλογή τουριστικού καταλύματος. Το Τουριστικό Γραφείο γνωρίζοντας αυτά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρίστας - καταναλωτής, έχει φροντίσει εκ των προτέρων να του εξασφαλίσει τη διαμονή του, σε τουριστικό κατάλυμα της επιλογής του, μεσολαβώντας μεταξύ του τουρίστα-πελάτη και του τουριστικού καταλύματος.

Για να πραγματοποιηθεί η εξασφάλιση διαμονής του τουρίστα - πελάτη, το Τουριστικό Γραφείο λειτουργεί με δύο τρόπους:

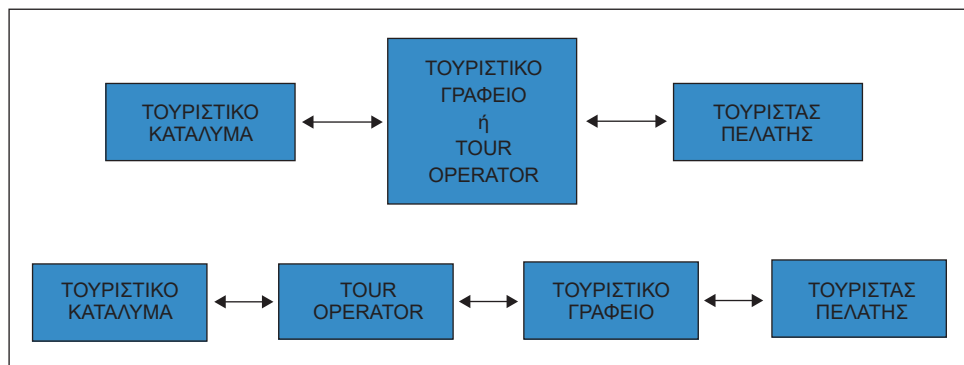
- **Με απ' ευθείας συμφωνία του Τουριστικού Γραφείου με την καταλυματική μονάδα.**

Το Τουριστικό Γραφείο διαπραγματεύεται, συμφωνεί και τελικά υπογράφει **συμβόλαιο - συμφωνία συνεργασίας**, με το εκάστοτε τουριστικό κατάλυ-

μα είτε για δικό του λογαριασμό είτε για λογαριασμό ενός παραγωγού και διαχειριστή τουριστικών υπηρεσιών (Tour Operator).

• **Με συμφωνία του Τουριστικού Γραφείου με τον παραγωγό και διαχειριστή τουριστικών υπηρεσιών (Tour Operator).**

Ο Tour Operator έχει ήδη αγοράσει τις υπηρεσίες της καταλυματικής μονάδας και στη συνέχεια τις πωλεί στο Τουριστικό Γραφείο, το οποίο λειτουργεί ως ενδιάμεσος φορέας, μεταξύ του Tour Operator και του τουρίστα-πελάτη.



ΣΧΗΜΑ 2.2 Τρόποι Εξασφάλισης Διαμονής

2.3.1. Τα Είδη Συνεργασίας με τα Τουριστικά Καταλύματα

Η εξασφάλιση διαμονής και η ικανοποίηση των τουριστών - πελατών στηρίζεται στη συνεργασία μεταξύ των Τουριστικών Γραφείων και των τουριστικών καταλυμάτων.

Οι υπογραφόμενοι όροι των συμβολαίων-συμφωνιών βασίζονται στη σύμβαση του Διεθνούς Ξενοδοχειακού Συνδέσμου (International Hotel Association - I.H.A.) και της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Συνδέσμων Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (Universal Federation of Travel Agent Association - U.F.T.A.A.).

Η σύμβαση που ίσχυε από το 1950, ανανεώθηκε το 1963 στο Ζέρματ της Ελβετίας. Οι όροι της σύμβασης αφορούν τις συναλλαγές μεταξύ των Τουριστικών Γραφείων και των τουριστικών καταλυμάτων (τα οποία αναφέρονται με τον όρο "ξενοδοχεία").

Η σύμβαση αυτή ήλθε να καλύψει ένα κενό, που εμφανίστηκε από τη διεθνοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων. Αυτό έχει επιτευχθεί με τη θεσμοθέτηση κοινών κανόνων συναλλαγών, με διεθνή ισχύ και ενιαίο χαρακτήρα για την τουριστική διαμονή. Γενικά περιλαμβάνει:

- τους τύπους των συμβολαίων - συμφωνιών. Όταν αυτά υπογράφουν, θεωρείται ότι και τα δύο συμβαλλόμενα μέρη έχουν αποδεχθεί τους κανόνες που περιέχουν,

- τις κρατήσεις των δωματίων, τις οποίες το ξενοδοχείο, εάν θελήσει, έχει το δικαίωμα να θεωρήσει ως οριστικές μόνον όταν καταβληθεί η προκαταβολή,
- τους όρους της κράτησης. Σε περίπτωση που αυτοί δεν τηρηθούν από το ξενοδοχείο, το Τουριστικό Γραφείο έχει την δυνατότητα να ζητήσει αποζημίωση,
- τον τρόπο ακύρωσης της κράτησης, ο οποίος γίνεται με ειδοποίηση εντός των χρονικών ορίων που αναφέρονται στο συμβόλαιο - συμφωνία. Σε αντίθετη περίπτωση το ξενοδοχείο παρακρατεί το ποσό της προκαταβολής,
- τα ποσά των τιμολογίων για τα οποία τα τουριστικά πρακτορεία και τα ξενοδοχεία αναλαμβάνουν την υποχρέωση να μην διαφοροποιήσουν ή να αυξήσουν τις τιμές, εκτός εάν υπάρξει αλλαγή στο νόμισμα ή υποτίμησή του,
- τον τρόπο εξόφλησης των τιμολογίων,
- το όριο των προμηθειών,
- την παραχώρηση ελεύθερων από τιμές δωματίων (free) στους αρχηγούς ομάδων όταν αποτελούνται τουλάχιστον από δεκαπέντε (15) άτομα, ενώ στην υψηλή τουριστική περίοδο ο αριθμός των ατόμων αυξάνεται,
- τις ηθικές υποχρεώσεις του ξενοδοχείου το οποίο πρέπει να παρέχει ίση μεταχείριση στους πελάτες του, είτε αυτοί προέρχονται από Τουριστικό Γραφείο είτε όχι,
- την αποδοχή από τους πελάτες - τουρίστες των κανόνων του ξενοδοχείου, ειδικά της ώρας άφιξης (check in time) και αναχώρησης (check out time), η οποία θεωρείται για την Ελλάδα, η 12η μεσημβρινή,
- την τήρηση όλων των όρων της συμφωνίας-συμβολαίου από τα συμβαλλόμενα μέρη και τέλος,
- σε περίπτωση που υπάρξουν διαφωνίες τον τρόπο επίλυσής τους, ο οποίος πραγματοποιείται από τα αρμόδια όργανα των συνδέσμων κάθε χώρας.

Το Τουριστικό Γραφείο και η καταλυματική μονάδα ένα περίπου έτος πριν την ισχύ των συμφωνιών-συμβολαίων συζητούν τους όρους, οι οποίοι περιλαμβάνουν τον αριθμό των δωματίων, την τιμή των δωματίων, την τιμή των γευμάτων, τον τρόπο πληρωμής και τέλος τους όρους χρέωσης που θα ισχύσουν. Οι **όροι χρέωσης** αφορούν τις υπηρεσίες που έχει αγοράσει ο τουρίστας - πελάτης από το Τουριστικό Γραφείο και έχει δικαίωμα να χρησιμοποιήσει χωρίς να πληρώσει επιπλέον ποσό στο τουριστικό κατάλυμα.

Οι **όροι χρέωσης** ισχύουν για την διαμονή και την διατροφή του και συμβολίζονται διεθνώς ως εξής:

- ✓ **RR (Room Rate):** Τιμή δωματίου.
- ✓ **RB (Room and Breakfast):** Τιμή δωματίου και πρωινού.

- ✓ **HB (Half Board):** Τιμή ημιδιατροφής, η οποία περιλαμβάνει τιμή δωματίου, πρωινού και ενός γεύματος το οποίο συνήθως είναι δείπνο ή κατ' επιλογή του πελάτη - τουρίστα μεσημεριανό γεύμα.
- ✓ **FB (Full Board):** Τιμή πλήρους διατροφής, η οποία περιλαμβάνει τιμή δωματίου, πρωινού και δύο γευμάτων.
- ✓ **AI (All Inclusive):** Τιμή στην οποία περιλαμβάνεται η πλήρης διατροφή (full board) και επιπλέον η κατανάλωση φαγητού και ποτού σε όση ποσότητα επιθυμεί ο πελάτης - τουρίστας.

Κάποιες φορές τα τουριστικά καταλύματα προσφέρουν δωρεάν παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στους τουρίστες-πελάτες τους, τύπου φιλοξενίας. Αυτή η προσφορά χαρακτηρίζεται με τον όρο **Complimentary - CO**.

Οι συμφωνίες-συμβολαία οι οποίες υπογράφονται, δεν διακόπτονται πριν τη λήξη τους και βαραίνουν αντίστοιχα τα δύο συμβαλλόμενα μέρη.

Τα είδη των συμφωνιών-συμβολαίων που χρησιμοποιούνται μεταξύ Τουριστικών Γραφείων και καταλυμάτων και αναλύονται διεξοδικά στις επόμενες παραγράφους είναι:

- Συμφωνία συνεργασίας και διαχειριστικής δέσμευσης (Allotment).
- Δεσμευτική συμφωνία (Commitment).
- Συμφωνία εγγύησης ή Εγγυημένη συμφωνία (Guarantee).
- Συμφωνία κατόπιν συνεννοήσεως (On request).

Πολλές φορές τα Τουριστικά Γραφεία για ν' αυξήσουν τον όγκο των πωλήσεών τους, που συνεπάγεται αύξηση του κέρδους τους, χρησιμοποιούν ταυτόχρονα δύο (ή περισσότερα) είδη συμφωνιών.



ΕΙΚΟΝΑ 2.2: Τουριστικό Κατάλυμα

2.3.1.1. Η Συμφωνία Συνεργασίας και Διαχειριστικής Δέσμευσης (Allotment)

Η **συμφωνία συνεργασίας και διαχειριστικής δέσμευσης (allotment)**, είναι μία αμφοτεροβαρής συμφωνία - συμβόλαιο που υπογράφεται μεταξύ ενός Τουριστικού Γραφείου και ενός τουριστικού καταλύματος για κράτηση συγκεκριμένου αριθμού κλινών ή δωματίων για εναλλασσόμενους πελάτες - τουρίστες, σε ορισμένη χρονική περίοδο και σε προκαθορισμένη τιμή, ανάλογα με τους όρους που υπάρχουν μέσα στην σύμβαση - συμβόλαιο, τους οποίους έχουν αποδεχθεί και τα δύο μέρη.

Οι βασικοί όροι που περιλαμβάνει η συμφωνία allotment είναι:

- ο χρόνος που θα ισχύσει η συμφωνία - συμβόλαιο, διαχωρισμένος σε υψηλή περίοδο (high season), σε μέση περίοδο (medium season) και σε χαμηλή περίοδο (low season),
- ο αριθμός των κλινών αντίστοιχα με τους τύπους των δωματίων (μονόκλινα, δίκλινα, τρίκλινα κ.τ.λ.) καθώς και τον ανώτατο και κατώτατο αριθμό κλινών κάλυψης ανά μήνα,
- οι όροι χρέωσης των πελατών - τουριστών κατά την παραμονή τους στο τουριστικό κατάλυμα,
- οι υπηρεσίες που προσφέρει το τουριστικό κατάλυμα και μπορεί να χρησιμοποιήσει ο πελάτης - τουρίστας καθώς και ειδικές προσφορές σε ειδικές κατηγορίες ατόμων όπως V.I.P., νεόνυμφοι κ.τ.λ.,
- οι τιμές που δίνονται ανά άτομο και ανά διανυκτέρευση ανάλογα με την τουριστική περίοδο, τον τύπο των δωματίων και τους όρους χρέωσης καθώς και οι τιμές για επιπλέον κλίνη ή για παιδιά. Οι εκπτώσεις που παραχωρούνται σε ειδικές περιπτώσεις π.χ. νήπια ή δωρεάν (free) δωμάτια,
- η μεταφορά των πελατών - τουριστών από και προς το ξενοδοχείο και το κόστος αυτής, σε περίπτωση που πραγματοποιείται από το ξενοδοχείο,
- ο τρόπος κατάθεσης πληρωμής του Τουριστικού Γραφείου στο τουριστικό κατάλυμα και το ποσό της προκαταβολής, η οποία μετά τη λήξη της σύμβασης αφαιρείται από το συνολικό ποσό,
- η αποζημίωση από το Τουριστικό Γραφείο σε περίπτωση που δεν καλύψει το κατώτατο όριο του αριθμού των κλινών,
- η ακύρωση μέρους ή του συνόλου των δωματίων που έχουν συμφωνηθεί, πριν την ημερομηνία άφιξης των τουριστών - πελατών, η οποία δεν υποχρεώνει σε αποζημίωση το Τουριστικό Γραφείο, εφ' όσον βρίσκεται μέσα στην χρονική **περίοδο αποδέσμευσης (release period)** και ονομάζεται **χρόνος αποδέσμευσης (release time)**. Η release time είναι κατά κανόνα επτά (7) ημέρες για την χαμηλή περίοδο, δεκατέσσερις ημέρες (14) για την μέση περίοδο και είκοσι μία (21) ημέρες για την υψηλή περίοδο.

Η γραμμογράφηση και ο τύπος των συμφωνιών ποικίλλει ανάλογα με το Τουριστικό Γραφείο. Σε γενικές γραμμές τα βασικά στοιχεία που περιλαμβάνει είναι τα εξής:

- ✓ πλήρη στοιχεία του Τουριστικού Γραφείου (επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο, fax κ.τ.λ.),
- ✓ πλήρη στοιχεία του τουριστικού καταλύματος,
- ✓ τόπο και ημερομηνία υπογραφής της συμφωνίας,
- ✓ όροι συμφωνίας όπως προαναφέρθηκαν ή οποιαδήποτε άλλη συμφωνία για υπηρεσία θελήσουν τα δύο μέρη,
- ✓ υπογραφές των συμβαλλόμενων μερών.

Γενικά, η συμφωνία-συμβόλαιο allotment στηρίζεται στη συνεχή αποστολή **εναλλασσόμενων πελατών (back to back)** για όλη τη χρονική περίοδο που ισχύει. Μετά την υπογραφή των συμφωνιών-συμβολαίων, η καταλυματική μονάδα έχει την υποχρέωση να παραχωρήσει τον συγκεκριμένο αριθμό των δωματίων στους πελάτες - τουρίστες του τουριστικού πρακτορείου, σύμφωνα με τους όρους που περιλαμβάνει η συμφωνία-συμβόλαιο. Από την πλευρά του το Τουριστικό Γραφείο έχει την υποχρέωση να καλύψει το κατώτατο όριο των κλινών που έχει συμφωνήσει και να πληρώσει στην καταλυματική μονάδα την προκαθορισμένη από την συμφωνία τιμή.

Υπάρχουν, όμως, περιπτώσεις, ιδιαίτερα στην υψηλή περίοδο, κατά τις οποίες το Τουριστικό Γραφείο λόγω της αυξημένης ζήτησης ή κακών υπολογισμών του, όχι μόνο συμπληρώνει το ανώτατο όριο των κλινών, που έχουν συμφωνηθεί, αλλά το ξεπερνά. Το τουριστικό κατάλυμα, χωρίς να δεσμεύεται από τη συμφωνία και εφ' όσον έχει διαθέσιμα δωμάτια, εξυπηρετεί στις ίδιες τιμές allotment που είχαν συμφωνηθεί, το Τουριστικό Γραφείο. Σ' αυτήν την περίπτωση, επειδή η συμφωνία βρίσκεται εκτός του ορίου των κλινών που αρχικά είχαν συμφωνηθεί, ονομάζεται **out of allotment**.

Για ν' αποφεύγονται τέτοιες καταστάσεις, το Τουριστικό Γραφείο υπογράφει συμφωνίες συνεργασίας με διαφορετικά τουριστικά καταλύματα ακόμη και στην ίδια τουριστική περιοχή, καλύπτοντας έτσι και τις διαφορετικές απαιτήσεις των τουριστών-πελατών.

Όμως υπάρχει η πιθανότητα το τουριστικό πρακτορείο να μην καλύψει τον αριθμό των κλινών στη χρονική περίοδο που αναφέρεται στη συμφωνία allotment, αλλά μέρος αυτών. Γι' αυτό το τουριστικό κατάλυμα στις συμφωνίες που κλείνει με τα Τουριστικά Γραφεία, υπογράφει συνολικά για περισσότερες κλίνες από αυτές που πραγματικά διαθέτει, πραγματοποιώντας έτσι αυτό που διεθνώς ονομάζεται **over allotment**.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΑΦΜ:

ΤΗΛ.:

FAX / TELEX:

ΤΟΠΟΣ:

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ:

A L L O T M E N T

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΑΦΜ:

ΤΗΛ.:

FAX / TELEX:

ΤΙΜΗ NET
ΚΑΤ' ΑΤΟΜΟ:ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ
ΜΟΝΑΔΑ:

ΤΥΠΟΙ ΔΩΜΑΤΙΩΝ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ		ΟΡΙΟ ΚΛΙΝΩΝ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ		
	ΑΠΟ	ΕΩΣ		ΧΑΜΗΛΗ	ΜΕΣΑΙΑ	ΥΨΗΛΗ
ΜΟΝΟΚΛΙΝΟ						
ΔΙΚΛΙΝΟ						
ΤΡΙΚΛΙΝΟ						
ΣΟΥΙΤΑ						
ΜΙΚΡΗ ΣΟΥΙΤΑ						
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ						
ΠΑΙΔΙΚΗ ΚΛΙΝΗ						
ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΚΛΙΝΗ						
ΟΡΟΙ ΧΡΕΩΣΗΣ						
BB						
HB						
FB						
AI						
ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ						
ΕΛΕΥΘΕΡΑ (FREE)						
ΜΩΡΟ ΕΩΣ 2 ΕΤΩΝ						
ΠΑΙΔΙΑ 2-12 ΕΤΩΝ						

ΜΕΤΑΦΟΡΑ: ΤΡΟΠΟΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:

ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ: ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ:

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ: ΧΡΟΝΟΣ ΑΠΟΔΕΣΜΕΥΣΗΣ:

ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: ΑΛΛΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ:

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ

ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

ΣΧΗΜΑ 2.3 Τύπος Συμφωνίας Συνεργασίας και Διαχειριστικής Δέσμευσης (Allotment)

2.3.1.2. Η Δεσμευτική Συμφωνία (Commitment)

Η **δεσμευτική συμφωνία (Commitment)** αφορά την ενοικίαση από το Τουριστικό Γραφείο μεγάλου αριθμού δωματίων ή όλου του τουριστικού καταλύματος μαζί με τις υπηρεσίες που αυτό προσφέρει, για ορισμένο χρονικό διάστημα.

Το Τουριστικό Γραφείο μετά την υπογραφή της συμφωνίας με το τουριστικό κατάλυμα χρησιμοποιεί κατ' αποκλειστικότητα αυτό και τις υπηρεσίες του, έχοντας την πλήρη ευθύνη της λειτουργίας του. Η αμοιβή την οποία πληρώνει περιλαμβάνει το ποσό όλων των συμφωνηθέντων δωματίων και όλων των εξόδων του τουριστικού καταλύματος.

Το τουριστικό κατάλυμα από την πλευρά του δεσμεύεται ότι θα λειτουργεί μόνον με πελάτες - τουρίστες του Τουριστικού Γραφείου, χωρίς να έχει το δικαίωμα να συνάψει συμφωνίες με άλλα Τουριστικά Γραφεία ή να εξυπηρετήσει δικούς του πελάτες.

2.3.1.3. Η Εγγυημένη Συμφωνία ή Συμφωνία Εγγύησης (Guarantee)

Η **συμφωνία εγγύησης (Guarantee)**, η οποία υπογράφεται μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου και του τουριστικού καταλύματος, διαφοροποιείται από τη συμφωνία Commitment μόνο ως προς το ποσό της αμοιβής. Όλοι οι υπόλοιποι όροι είναι ίδιοι. Το τουριστικό πρακτορείο εγγυάται την πληρωμή όλων των δωματίων του τουριστικού καταλύματος που έχει ενοικιάσει, ακόμη και στην περίπτωση που δεν έχουν καλυφθεί από τουρίστες - πελάτες.

Από την πλευρά του, το τουριστικό κατάλυμα εγγυάται ότι τα δωμάτια θα παραμείνουν ελεύθερα, για να τ' αξιοποιήσει όπως θελήσει το Τουριστικό Γραφείο. Όλοι οι υπόλοιποι όροι των συμφωνιών είναι ίδιοι.

Το τουριστικό πρακτορείο, όταν συνάπτει συμφωνίες Commitment και Guarantee διατρέχει οικονομικό κίνδυνο. Γι' αυτό, πριν την υπογραφή των συμφωνιών, φροντίζει να γνωρίζει την τουριστική ζήτηση της περιοχής του τουριστικού καταλύματος.

2.3.1.4. Η Συμφωνία Κατόπιν Συνεννοήσεως (On request)

Με τη **συμφωνία κατόπιν συνεννοήσεως (on request)**, το Τουριστικό Γραφείο έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί κρατήσεις δωματίων, ακόμη και την τελευταία στιγμή για τους τουρίστες - πελάτες του. Αυτό μπορεί να γίνει στις εξής περιπτώσεις:

- Όταν το Τουριστικό Γραφείο **συνεργάζεται** με το τουριστικό κατάλυμα. Σε αυτήν την περίπτωση το Τουριστικό Γραφείο έχει συνάψει σύμβαση on request με το τουριστικό κατάλυμα, βάση της οποίας το τουριστικό κατάλυμα δεν είναι υποχρεωμένο να αποδεχθεί την κράτηση, παρ' ότι έχει συμφωνηθεί συγκεκριμένη τιμή για τα δωμάτια. Η αποδοχή ή απόρριψη της κράτησης από το τουριστικό κατάλυμα πραγματοποιείται ανάλογα με τα διαθέσιμα δωμάτια του και μόνον μετά από επικοινωνία του Τουριστικού Γραφείου με αυτό.

- Όταν το Τουριστικό Γραφείο **δεν συνεργάζεται** με το τουριστικό κατάλυμα. Σε αυτήν την περίπτωση δεν υπάρχει καμία συμφωνία μεταξύ τουριστικού καταλύματος και τουριστικού πρακτορείου. Η διαδικασία που ακολουθείται είναι ακριβώς η ίδια με την προαναφερόμενη, με τη διαφορά ότι η τιμή του δωματίου, εάν το τουριστικό κατάλυμα έχει διαθέσιμα δωμάτια και αποδεχθεί την κράτηση, συμφωνείται μεταξύ τους τη στιγμή της επικοινωνίας.

Με τη συμφωνία on request το Τουριστικό Γραφείο, καθώς και το τουριστικό κατάλυμα δεν έχουν απολύτως καμία δέσμευση μεταξύ τους, πέρα από την εκάστοτε συμφωνία κράτησης στην οποία καταλήγουν.

Επειδή το Τουριστικό Γραφείο αγοράζει μεγάλη ποσότητα υπηρεσιών από τα τουριστικά καταλύματα, εξασφαλίζει χαμηλές τιμές. Έτσι, με τη σειρά του, έχει τη δυνατότητα να προσφέρει υπηρεσίες διαμονής στους τουρίστες πελάτες σε χαμηλότερες τιμές από την τιμή πόρτας του τουριστικού καταλύματος. Η **τιμή πόρτας (official rate)** ή **κανονική τιμή (normal rate)** είναι η επίσημη τιμή του τουριστικού καταλύματος που εγκρίνεται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).

2.3.2. Οι Κρατήσεις Δωματίων

Οι κρατήσεις των δωματίων σε τουριστικά καταλύματα είναι μία από τις βασικές υπηρεσίες που προσφέρει το Τουριστικό Γραφείο στους τουρίστες - πελάτες. Στο χρονικό διάστημα όμως που γίνονται οι διαπραγματεύσεις για το κλείσιμο των συμφωνιών, το Τουριστικό Γραφείο δεν έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει τις προτιμήσεις των τουριστών - πελατών. Γι' αυτό εκτιμά τη μελλοντική ζήτηση και κλείνει ανάλογα τύπους δωματίων και υπηρεσιών, για να είναι σε θέση να καλύψει κάθε συνδυασμό που θα του ζητηθεί.

Οι τύποι των δωματίων που διαθέτουν τα τουριστικά καταλύματα έχουν διεθνώς τις εξής μορφές:

- ✓ **Μονόκλινα (Single)** και συμβολίζονται διεθνώς **X** ή **SGL**.
- ✓ **Δίκλινα** τα οποία διαθέτουν δύο κλίνες (**Twin Bed**) και συμβολίζονται διεθνώς **XX** ή **TWIN** ή μία διπλή κλίνη (**Double Bed**) και συμβολίζονται διεθνώς **XX** ή **DBL**. Στις ΗΠΑ ως δίκλινα δωμάτια διατίθενται και οι τύποι:
 - ✓ **Queen** με μία μεγάλη διπλή κλίνη.
 - ✓ **King** με μία πολύ μεγάλη διπλή κλίνη.
- ✓ **Τρίκλινα (Triple)** και συμβολίζονται διεθνώς **XXX** ή **TPL**. Στα τρίκλινα δωμάτια είναι δυνατόν να εμφανισθούν οι συνδυασμοί τριών κλινών ή μίας διπλής κλίνης και μίας μονής κλίνης.
- ✓ **Σουίτες (Suites)** οι οποίες χωρίζονται σε δυο κατηγορίες:
 - ✓ Στις σουίτες οι οποίες διαθέτουν δύο λουτρά, ένα ή δύο δωμάτια, σαλόνι και χώρο γραφείου και συμβολίζονται διεθνώς με **S**, χαρακτηριζόμενες ως **Διαμερίσματα Πολυτελείας**.

- ✓ Στις σουίτες οι οποίες διαθέτουν ένα λουτρό, ένα δωμάτιο διπλής κλίνης ή δύο μονών κλινών ή κουκέτα και ένα μικρό σαλόνι με καναπέ, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως κλίνη και συμβολίζονται διεθνώς με **JS**, χαρακτηριζόμενες ως **Μικρές Σουίτες (Junior Suites)**.
- ✓ **Δωμάτια Οικογενειών (Family Rooms)** και συμβολίζονται διεθνώς **FML**, τα οποία περιλαμβάνουν δυο συνεχόμενα δίκλινα δωμάτια με μία διπλή κλίνη και τις υπόλοιπες μονές ή ένα διαμέρισμα με την ίδια κατανομή κλινών.
- ✓ **Μικρά αυτόνομα οικήματα ή οικίσκοι (Bungalow)** και συμβολίζονται διεθνώς **BLN**.
- ✓ **Επιπλέον Κλίνη (Extra Bed)** σε δωμάτιο στο οποίο υπάρχει ικανός χώρος για να τοποθετηθεί και συμβολίζεται διεθνώς **EB**.
- ✓ **Παιδική Κλίνη (Baby Cot)**. Μικρή παιδική κλίνη (κούνια), η οποία έχει τη δυνατότητα να τοποθετηθεί στο δωμάτιο και συμβολίζεται διεθνώς **BC**.

Όλοι οι προαναφερθέντες τύποι δωματίων αντιστοιχούν κυρίως σε ξενοδοχειακές μονάδες και bungalow υψηλών κατηγοριών. Κάποιοι όμως από αυτούς τους τύπους μπορούν να υπάρξουν σε επιπλωμένα διαμερίσματα και σε τουριστικές επαύλεις.

Πολλές φορές τα τουριστικά καταλύματα προσπαθώντας να καλύψουν όλα τα δωμάτιά τους για να έχουν 100% πληρότητα ή φοβούμενα την πιθανή ασυνέπεια των Τουριστικών Γραφείων προχωρούν στις λεγόμενες **υπερκρατήσεις (overbooking)**. Δηλαδή πραγματοποιούν περισσότερες αριθμητικά κρατήσεις δωματίων απ' όσα πραγματικά δωμάτια διαθέτουν.

Η έννοια του overbooking είναι ευρύτερη της έννοιας του over allotment. Το overbooking αφορά τις καταλυματικές μονάδες και ισχύει τόσο για τουρίστες - πελάτες που πραγματοποιούν κράτηση μέσω του Τουριστικού Γραφείου όσο και για τουρίστες - πελάτες που πραγματοποιούν κράτηση χωρίς τη μεσολάβηση του Τουριστικού Γραφείου. Το over allotment αφορά τις καταλυματικές μονάδες μόνο στις περιπτώσεις πελατών που έχουν πραγματοποιήσει κρατήσεις μέσω του Τουριστικού Γραφείου. Επειδή όμως οι συμφωνίες οι οποίες έχουν υπογραφεί είναι δεσμευτικές και πρέπει να τηρούνται και για να αντιμετωπιστεί η δυσάρεστη κατάσταση, η Ελληνική Νομοθεσία (Ν. 1652/86, άρθρο 10), προβλέπει σ' αυτήν την περίπτωση εξασφάλιση της διαμονής των τουριστών - πελατών σε άλλο κατάλυμα της ίδιας τουλάχιστον κατηγορίας, το οποίο να διαθέτει τις ίδιες υπηρεσίες και τα ίδια τμήματα εκμετάλλευσης. Το τουριστικό κατάλυμα είναι υποχρεωμένο να πληρώσει την διαφορά της τιμής που ενδέχεται να υπάρχει μεταξύ των δύο τουριστικών καταλυμάτων καθώς και τα έξοδα μεταφοράς της συγκεκριμένης μετακίνησης των τουριστών - πελατών. Σε τέτοιες περιπτώσεις καλό είναι να παρέχεται μία δωρεάν υπηρεσία από το τουριστικό κατάλυμα όπως π.χ. μία εκδρομή ή μία ξενάγηση ή φιάλη κρασιού και φρούτα στο δωμάτιο του τουρίστα - πελάτη, έξοδα τα οποία επιβαρύνουν την καταλυματική μονάδα η οποία εμφάνισε overbooking.



ΕΙΚΟΝΑ 2.3: Δωμάτιο Τουριστικού Καταλύματος

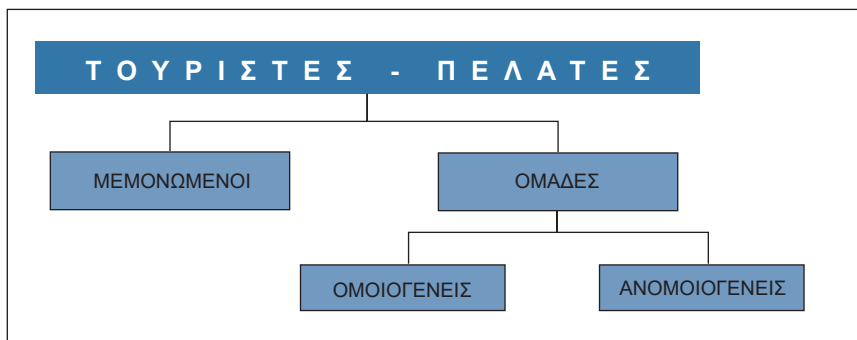
2.3.2.1. Τα Είδη Κρατήσεων

Τα είδη κρατήσεων του τουριστικού πρακτορείου σε μία καταλυματική μονάδα αφορούν **μεμονωμένους (individual)** τουρίστες - πελάτες και **ομάδες (group)** τουριστών - πελατών.

Μεμονωμένοι τουρίστες - πελάτες χαρακτηρίζονται αυτοί οι οποίοι μετακινούνται ατομικά και ακολουθούν δικό τους πρόγραμμα. Πολλές φορές η μοναδική υπηρεσία που αγοράζουν από τα Τουριστικά Γραφεία είναι η διαμονή. Στις κατηγορίες των μεμονωμένων τουριστών εντάσσεται η οικογένεια, η φιλική παρέα κ.τ.λ.

Ως ομάδες χαρακτηρίζονται οι τουρίστες - πελάτες οι οποίοι ακολουθούν ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα του Τουριστικού Γραφείου, μετακινούνται όλοι μαζί και έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό, γι' αυτό και ονομάζονται **ομοιογενείς** ομάδες π.χ. όλα τα άτομα που είναι μέλη ενός συλλόγου αρχαιολόγων ή όλα τα άτομα που πραγματοποιούν εκπαιδευτική «πενθήμερη εκδρομή» και είναι μαθητές.

Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις κατά τις οποίες πολλοί μεμονωμένοι τουρίστες - πελάτες ακολουθούν ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα του Τουριστικού Γραφείου, εντασσόμενοι σε ομάδες. Επειδή τα άτομα δεν έχουν κανένα κοινό στοιχείο μεταξύ τους, οι ομάδες αυτές ονομάζονται **ανομοιογενείς**. Οι ανομοιογενείς ομάδες εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά μετακίνησης σε αριθμό τουριστών-πελατών, των Τουριστικών Γραφείων Γενικού Τουρισμού.



ΣΧΗΜΑ 2.4 Είδη Πελατείας

Σε όποιο είδος πελατείας και αν κατατάσσονται οι τουρίστες - πελάτες αυτό το οποίο προέχει είναι η άμεση εξυπηρέτησή τους, την οποία παρέχει το τουριστικό πρακτορείο, στηριζόμενο στις κρατήσεις δωματίων.

Τα είδη κρατήσεων δωματίων μπορεί να αναφέρονται:

- στις συμφωνίες συνεργασίας allotment, commitment, guarantee και on request,
- στην επικοινωνία με το τουριστικό κατάλυμα είτε για κράτηση δωματίου, όταν δεν υπάρχει συμφωνία συνεργασίας είτε για χρήση επιπλέον ή εκτός συμφωνιών συνεργασίας, υπηρεσιών,
- στις ειδικές συμφωνίες συνεργασίας αλληλοεξυπηρέτησης μεταξύ των Τουριστικών Γραφείων, οι οποίες είναι γραπτές (με ιδιωτικό συμφωνητικό) ή προφορικές. Σε αυτή την περίπτωση το Τουριστικό Γραφείο εξυπηρετείται από άλλο Τουριστικό Γραφείο το οποίο έχει συμφωνία-συμβόλαιο με το τουριστικό κατάλυμα.

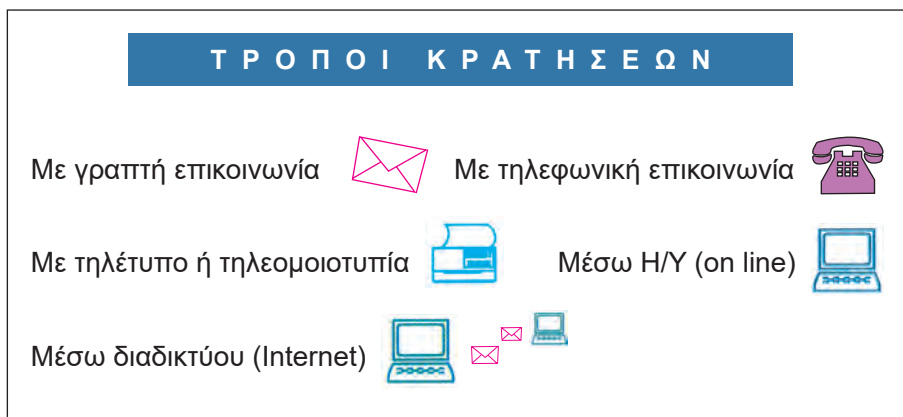
2.3.2.2. Η Διαχείριση Κρατήσεων

Το Τουριστικό Γραφείο, ανεξάρτητα του είδους κράτησης που έχει προηγηθεί, εξασφαλίζει την διαμονή του τουρίστα - πελάτη στην καταλυματική μονάδα με τους εξής τρόπους:

- ✓ Με γραπτή επικοινωνία, επιστολή ή τηλεγράφημα ή εντολή κράτησης και πληρωμής (voucher).
Με τον τρόπο αυτό δίνεται η ευκαιρία στο Τουριστικό Γραφείο να προσφέρει λεπτομερή περιγραφή της ζητούμενης κράτησης προς το τουριστικό κατάλυμα.
- ✓ Με τηλεφωνική επικοινωνία.
Με τον τρόπο αυτό το Τουριστικό Γραφείο έχει τη δυνατότητα να επικοινωνεί άμεσα με το τουριστικό κατάλυμα για επιβεβαίωση ή μη της κράτησης.
- ✓ Με αποστολή τηλετύπου (telex) ή τηλεμοιοτυπίας (fax).
Με τον τρόπο αυτό συνδυάζεται η αμεσότητα της τηλεφωνικής επικοινωνίας με την πληρότητα αλλά και την ασφάλεια της γραπτής επικοινωνίας.

- ✓ Μέσω κεντρικού συστήματος κρατήσεων Η/Υ (on line).
Με τον τρόπο αυτό πραγματοποιούνται κρατήσεις από το Τουριστικό Γραφείο προς συγκεκριμένες αλυσίδες ξενοδοχείων με τις οποίες συνεργάζεται.
- ✓ Μέσω διαδικτύου (Internet).
Είναι ο πλέον σύγχρονος τρόπος κράτησης με μεγάλες δυνατότητες χρήσης. Με τον τρόπο αυτό το Τουριστικό Γραφείο έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει μία απλή κράτηση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Επίσης, αφού αποκτήσει πλήρη εικόνα του τουριστικού καταλύματος (δωμάτια, χώρους υποδοχής και ψυχαγωγίας, τουριστικές υπηρεσίες, κ.ά.) από την ιστοσελίδα (www) του, μπορεί να πραγματοποιήσει κράτηση συμπληρώνοντας την ειδική φόρμα κράτησης δωματίου.

Το τουριστικό κατάλυμα, είναι υποχρεωμένο να απαντήσει εάν αποδέχεται ή όχι την κράτηση, εκτός από την περίπτωση κατά την οποία έχει υπογραφεί συμφωνία μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου και της καταλυματικής μονάδος και η οποία συμφωνία δεν περιλαμβάνει τις περιπτώσεις του out of allotment και του on request. Γι' αυτή την περίπτωση αποστέλλει γραπτή απάντηση επιβεβαιώνοντας ή μη την κράτηση.



ΣΧΗΜΑ 2.5 Τρόποι Κράτησης Δωματίου

Το Τουριστικό Γραφείο έχει τη δυνατότητα να προωθήσει στους τουρίστες - πελάτες περιορισμένο αριθμό δωματίων, ο οποίος αναγράφεται στις συμφωνίες που έχουν υπογραφεί. Για να μην εμφανίσει λοιπόν out of allotment τηρεί αρχείο δωματίων, το οποίο ονομάζεται **πλάνο κρατήσεων**. Το πλάνο κρατήσεων είναι μηνιαίο και αφορά την καθεμιά καταλυματική μονάδα με την οποία είναι συμβεβλημένο το Τουριστικό Γραφείο. Έτσι είναι σε θέση να γνωρίζει κάθε στιγμή την πληρότητα των δωματίων, καθώς και τον αριθμό των δωματίων που έχει στη διάθεσή του για προώθηση.

Το Τουριστικό Γραφείο κάθε εβδομάδα ενημερώνει τις καταλυματικές μονάδες για το ύψος του ποσοστού που έχει καλύψει, σύμφωνα με τα αναγραφόμενα στις συμφωνίες και δίνει επίσης τις **προβλέψεις (forecast)** για το επόμενο χρονικό διάστημα. Αυτό πραγματοποιείται με την αποστολή της **κατάστασης των κρατήσεων και πωλήσεων (booking position)**.

Η καταλυματική μονάδα ενημερώνει άμεσα το Τουριστικό Γραφείο για **παύση των πωλήσεων (stop sales)**, σε περίπτωση που έχει φθάσει στο επιτρεπόμενο όριο, όπως αυτό αναγράφεται στις συμφωνίες. Επίσης ενημερώνει το Τουριστικό Γραφείο για το ύψος του λογαριασμού του ή για τυχόν αλλαγές που μπορεί να προκύψουν στις συμφωνίες. Οι βασικότερες αλλαγές είναι το χρονικό όριο αποδέσμευσης (release period) ή κάποιες ειδικές προσφορές (special offers).

Όλα τα προαναφερθέντα που αφορούν είτε τον τουρίστα - πελάτη είτε την καταλυματική μονάδα τηρούνται σε ειδικά αρχεία του Τουριστικού Γραφείου. Αυτά περιλαμβάνουν όλη την αλληλογραφία για την κράτηση ενός δωματίου, την έκδοση της εντολής κράτησης και πληρωμής (voucher) και τα τιμολόγια. Ειδικά για τις καταλυματικές μονάδες τηρούνται ακόμη ως αρχεία το πλάνο κρατήσεων και το booking position.

2.3.2.3. Η Πολιτική Τιμών

Η τιμολόγηση είναι μία διαδικασία που πραγματοποιεί κάθε επιχείρηση για να πωλήσει τα προϊόντα της ή τις υπηρεσίες της.

Η τιμολόγηση ενός τουριστικού προϊόντος από το Τουριστικό Γραφείο παίζει τεράστιο ρόλο στην πορεία του στην αγορά. Το Τουριστικό Γραφείο πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικό με την τιμολόγηση των δωματίων. Στην εργασία αυτή λαμβάνονται υπόψη πολλοί παράγοντες όπως:

- ✓ το είδος της πελατείας,
- ✓ το είδος του τουριστικού καταλύματος που έχει στη διάθεσή του,
- ✓ η τουριστική αγορά στην οποία προωθεί τις υπηρεσίες του,
- ✓ η ζήτηση των τουριστικών προϊόντων και
- ✓ η χρονική περίοδος.

Έτσι, το Τουριστικό Γραφείο μπορεί να πραγματοποιήσει τιμολόγηση με τις εξής μεθόδους:

• Τιμολόγηση με τον υπολογισμό ενός ποσοστού.

Στη μέθοδο αυτή το Τουριστικό Γραφείο υπολογίζει το κόστος των συμφωνιών-συμβολαίων που έχει υπογράψει και σε αυτό προσθέτει το επιθυμητό ποσοστό κέρδους και έτσι διαμορφώνει την τελική τιμή του δωματίου. Η μέθοδος αυτή είναι η πλέον συνηθισμένη.

• Τιμολόγηση με βάση τις τρέχουσες τιμές.

Στη μέθοδο αυτή το Τουριστικό Γραφείο τιμολογεί ανάλογα με το επίπεδο τιμών που ορίζει ο ανταγωνισμός της τουριστικής αγοράς.

- **Τιμολόγηση με βάση την αξία του τουριστικού προϊόντος για τον καταναλωτή.**

Για να τιμολογήσει το Τουριστικό Γραφείο με αυτή την μέθοδο είναι απαραίτητο να έχει σαφή γνώση της εκτίμησης που έχει ο τουρίστας - πελάτης για τις υπηρεσίες που παρέχει (και πωλεί) το Τουριστικό Γραφείο.

- **Τιμολόγηση με βάση την αποδοτικότητα (yield management).**

Σύμφωνα με τη μέθοδο αυτή το Τουριστικό Γραφείο τιμολογεί ανάλογα με την πληρότητα των δωματίων των τουριστικών καταλυμάτων. Σε περιόδους υψηλής πληρότητας των τουριστικών καταλυμάτων το τουριστικό πρακτορείο αυξάνει τις τιμές του, ενώ σε περιόδους χαμηλής πληρότητας το Τουριστικό Γραφείο μειώνει τις τιμές του.

Η τιμολόγηση από το Τουριστικό Γραφείο αποτελεί εργαλείο προώθησης των πωλήσεων του. Έτσι, σε περιόδους χαμηλής τουριστικής κίνησης το Τουριστικό Γραφείο προσφέρει τις υπηρεσίες του με εκπτώσεις ή ειδικές επιπλέον παροχές από τα τουριστικά καταλύματα, π.χ. δωρεάν παροχή υπηρεσίας δωματίων (room service). Πολλά Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν σε χαμηλή τιμή τα δωμάτια ενός τουριστικού καταλύματος και δημιουργούν την εντύπωση ότι όλα τα προϊόντα του έχουν χαμηλές τιμές. Άλλες φορές, ενσωματώνουν στις τιμές τους ένα ποσοστό το οποίο προσφέρουν σαν έκπτωση στους πελάτες τους ή κάνουν ειδικές προσφορές (π.χ. λόγω ειδικών γεγονότων). Συνήθως τα Τουριστικά Γραφεία δεν τιμολογούν μόνο τα δωμάτια ενός τουριστικού καταλύματος, αλλά προσφέρουν στους πελάτες τους μία ομάδα συμπληρωματικών προϊόντων σε μία τιμή π.χ. παροχή διανυκτέρευσης με πρωινό ή και γεύμα, με αποτέλεσμα να αυξάνουν το κέρδος τους.

Ο τελικός στόχος του Τουριστικού Γραφείου είναι το κέρδος και η αύξηση των πωλήσεων, για να καταφέρει ως επιχείρηση να εξασφαλίσει τη μακροβιωσιμότητά του. Με αυτήν την προοπτική η πολιτική για τις τιμές των δωματίων που εφαρμόζει, είναι ανάλογη με τη γενικότερη πολιτική μάρκετινγκ (marketing) που ακολουθεί.

2.3.2.4 Οι Προμήθειες

Ως προμήθεια εννοείται η αμοιβή που καταβάλλεται στο Τουριστικό Γραφείο για τη μεσολάβησή του μεταξύ του τουριστικού καταλύματος και του τουρίστα - πελάτη.

Η προμήθεια του Τουριστικού Γραφείου διαμορφώνεται ανάλογα με την τιμή των δωματίων και των άλλων προσφερόμενων υπηρεσιών του τουριστικού καταλύματος, μετά από διαπραγματεύσεις μεταξύ τους. Υπολογίζεται είτε με ποσοστό επί τοις εκατό σε μία τιμή, είτε με χρηματικό ποσό, στο νόμισμα του κράτους ή σε συνάλλαγμα κι αναφέρεται ρητά μέσα στις υπογραφόμενες συμφωνίες. Έτσι, οι προμήθειες ρυθμίζονται ως εξής:

- Για τις συμφωνίες allotment, commitment και guarantee ορίζεται τιμή χωρίς τις προμήθειες, η οποία ονομάζεται **καθαρή τιμή (net price)** και υπολογίζεται σε χρηματικό ποσό. Το Τουριστικό Γραφείο στην τιμή net προσθέτει την προμήθειά του, η οποία ισοδυναμεί με το μικτό κέρδος του.
- Για τη συμφωνία on request (είτε συνεργάζεται είτε όχι το Τουριστικό Γραφείο με το τουριστικό κατάλυμα), ορίζεται τιμή μαζί με την προμήθεια, η οποία ονομάζεται **μικτή τιμή (gross price)**. Η προμήθεια υπολογίζεται ως ποσοστό επί τοις εκατό σε αυτή την τιμή. Το Τουριστικό Γραφείο από την τιμή gross παρακρατεί (αφαιρεί) την προμήθειά του, η οποία ισοδυναμεί με το μικτό κέρδος του.

Όλες οι προμήθειες του τουριστικού πρακτορείου, υπολογίζονται επάνω στην τιμή πόρτας.

Για να γίνουν κατανοητές οι τιμές net και gross, πάνω στις οποίες υπολογίζεται η προμήθεια του Τουριστικού Γραφείου, στη συνέχεια δίνονται δύο παραδείγματα:

Η τιμή πόρτας ενός δίκλινου δωματίου είναι 50 € και το Τουριστικό Γραφείο θέλει η προμήθεια του να είναι σε κάθε δίκλινο δωμάτιο περίπου 5 €.

Έτσι:

- Στην περίπτωση που υπάρχει συμφωνία allotment, commitment, ή guarantee, η τιμή net που δίνεται από το τουριστικό κατάλυμα είναι 40 €, ποσό το οποίο του αποδίδεται από το Τουριστικό Γραφείο. Το Τουριστικό Γραφείο έχει δικαίωμα να προσθέσει άλλα 5 € τα οποία αποτελούν την προμήθειά του. Δηλαδή: $40 + 5 = 45$ €, τελική τιμή Τουριστικού Γραφείου που δίνεται στον πλάτη - τουρίστα, χαμηλότερη από την τιμή πόρτας.
- Στην περίπτωση που υπάρχει συμφωνία on request, η τιμή gross που δίνεται από το τουριστικό κατάλυμα μέσα στην οποία περιέχεται και η προμήθεια 10% του Τουριστικού Γραφείου, είναι 45 €. Επειδή στην τιμή περιλαμβάνεται και η προμήθεια, τα 45 € είναι η τελική τιμή που δίνεται στον τουρίστα πελάτη, χαμηλότερη από την τιμή πόρτας. Από την τελική τιμή το Τουριστικό Γραφείο παρακρατεί την προμήθειά του, δηλαδή $45 \times 10\% = 4,5$ €, αποδίδοντας το υπόλοιπο ποσό στο τουριστικό κατάλυμα, δηλαδή $45 - 4,5 = 40,5$ €.

Σε τιμές gross υπολογίζονται επίσης οι συμβάσεις συνεργασίας μεταξύ των τουριστικών πρακτορείων και των τουριστικών πρακτορείων με τους tour operators.

Το ύψος των προμηθειών που συμφωνούνται μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου και τουριστικού καταλύματος, εξαρτώνται από τη ζήτηση των τουριστικών καταλυμάτων, από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του τουριστικού καταλύματος και από τον όγκο των πωλήσεων του τουριστικού πρακτορείου.

Σε όλες τις περιπτώσεις η συμφωνηθείσα προμήθεια ονομάζεται **κανονική προμήθεια (normal commission)**, ενώ μπορεί να δοθεί και **επιπλέον προ-**

μήθεια (over commission), όταν υπάρξει μεγαλύτερος όγκος πωλήσεων απ' το Τουριστικό Πρακτορείο.

2.3.3. Η Εντολή Κράτησης και Πληρωμής (Voucher)

Η **εντολή κράτησης και πληρωμής (voucher)** είναι ένα έντυπο που εκδίδει το Τουριστικό Γραφείο και αφορά την παροχή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών για λογαριασμό συγκεκριμένου τουρίστα - πελάτη. Με την αποδοχή του από τα συμβαλλόμενα μέρη, οι πληρωμές γίνονται με βάση τα αναφερόμενα σ' αυτό.

2.3.3.1 Η Χρήση Voucher

Τα vouchers για να διευκολύνουν τις εργασίες του Τουριστικού Γραφείου χρησιμοποιούνται:

- ❖ Μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου και του προμηθευτή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και του τουρίστα πελάτη.
Οι διάφοροι τύποι vouchers που χρησιμοποιούνται στην τουριστική αγορά είναι:
 - ❖ Vouchers εξασφάλισης διαμονής.
 - ❖ Vouchers μονοήμερων ή τοπικών εκδρομών - περιηγήσεων.
 - ❖ Vouchers ξεναγήσεων.
 - ❖ Vouchers παροχής εστίασης.
 - ❖ Vouchers μεταφοράς (transfer).
 - ❖ Vouchers ενοικίασης αυτοκινήτων ή μοτοσικλετών.
 - ❖ Vouchers μονοήμερων ή πολυήμερων κρουαζιέρων.
- ❖ Μεταξύ Τουριστικού Γραφείου και αεροπορικής εταιρείας για έκδοση εισιτηρίων στις περιπτώσεις όπου:
 - ❖ το Τουριστικό Γραφείο δεν είναι συμβεβλημένο με τη Διεθνή Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών (International Air Transport Association - I.A.T.A.) με αποτέλεσμα να μην έχει άδεια για έκδοση εισιτηρίων (Τουριστικά Γραφεία NON I.A.T.A.). Μπορεί όμως να εξυπηρετήσει τον τουρίστα - πελάτη με voucher που αποστέλλει στην αεροπορική εταιρεία για κράτηση θέσης. Η αεροπορική εταιρεία με την σειρά της εκδίδει το αεροπορικό εισιτήριο,
 - ❖ το Τουριστικό Γραφείο έχει ήδη χρησιμοποιήσει τον αριθμό των εισιτηρίων τα οποία έχουν δοθεί από την αεροπορική εταιρεία προς πώληση και δεν έχει άλλο απόθεμα, οπότε ακολουθείται η ίδια διαδικασία με την προηγούμενη.
- ❖ Μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου και άλλων μέσων μαζικής μεταφοράς: Όταν το Τουριστικό Γραφείο δεν έχει άδεια για έκδοση εισιτηρίων θαλασσίων και σιδηροδρομικών μεταφορών, ακολουθείται η ίδια διαδικασία με την αεροπορική εταιρεία έκδοσης voucher για τον αντιπρόσωπο της ναυτιλιακής εταιρείας ή για τον Οργανισμό Σιδηροδρόμων Ελλάδος (ΟΣΕ).

- ❖ Μεταξύ των Τουριστικών Γραφείων για:
 - ❖ παροχή υπηρεσιών οποιασδήποτε μορφής που δεν διαθέτει το ένα Τουριστικό Γραφείο και εξυπηρετείται από το άλλο,
 - ❖ έκδοση εισιτηρίων από τουριστικά πρακτορεία τα οποία είναι Ι.Α.Τ.Α., οπότε και μπορούν να εκδώσουν εισιτήρια για λογαριασμό Τουριστικών Γραφείων τα οποία δεν είναι συμβεβλημένα (NON Ι.Α.Τ.Α.).

2.3.3.2 Η Εντολή Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής

Παρακάτω αναλύουμε την εντολή κράτησης και πληρωμής (voucher) για κράτηση δωματίου σε τουριστικό κατάλυμα.

2.3.3.2.1 Γενικά

Μετά την έκδοση του voucher από το Τουριστικό Γραφείο, η κράτηση του δωματίου οριστικοποιείται και ο τουρίστας - πελάτης, καθώς και το τουριστικό κατάλυμα ευθύνονται το ίδιο απέναντι στο Τουριστικό Γραφείο. Η επικύρωση της κράτησης είναι δεσμευτική τόσο από την πλευρά του Τουριστικού Γραφείου και της καταλυματικής μονάδας όσο και από την πλευρά του Τουριστικού Γραφείου και του τουρίστα - πελάτη. Γι' αυτό σε περιπτώσεις κατά τις οποίες ο πελάτης ακυρώσει ή δεν αποδεχθεί την κράτηση πληρώνει **ακυρωτικά**, πληρώνει δηλαδή ένα χρηματικό ποσό το οποίο είναι ανάλογο με τις προσφερόμενες υπηρεσίες που έχει ζητήσει και διαφέρει ανάλογα με τα χρονικά όρια στα οποία πραγματοποιείται η αποδέσμευση. Το τουριστικό κατάλυμα αντίστοιχα σε περίπτωση ακύρωσης, όταν αυτή δεν βρίσκεται μέσα στην release time, πληρώνει **αποζημίωση**, ανάλογη με τα ισχύοντα στις συμφωνίες. Επίσης, το τουριστικό κατάλυμα δεν έχει δικαίωμα να διακόψει την παραμονή του πελάτη, εκτός και αν ο τελευταίος παραβιάσει κανόνες συμπεριφοράς, δείξει κακή διαγωγή ή προσβληθεί από μολυσματική ασθένεια.

Ο τουρίστας - πελάτης έχει δικαίωμα να χρησιμοποιήσει σε προνομιακές τιμές, τις υπηρεσίες που αναφέρονται στο voucher. Οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία χρησιμοποιηθεί από τον τουρίστα - πελάτη στο τουριστικό κατάλυμα, χρεώνεται **επιπλέον (extra)** και σε κανονικές τιμές, όπως η χρήση τηλεφώνου, bar κ.τ.λ.

Σε περίπτωση που θελήσει επιπλέον παραμονή και το τουριστικό κατάλυμα έχει διαθέσιμα δωμάτια για να τον εξυπηρετήσει, τότε χρεώνεται κανονικές τιμές πόρτας, εκτός αν εκδοθεί και αποσταλεί από το Τουριστικό Γραφείο νέο voucher.

Κατά την άφιξή του στο τουριστικό κατάλυμα ο τουρίστας - πελάτης είναι υποχρεωμένος να παραδώσει το voucher στην υποδοχή (reception), ενώ αντίγραφό του έχει ήδη αποσταλεί από το Τουριστικό Πρακτορείο.

Τα vouchers διακρίνονται:

- ❖ Ανάλογα με τον **τρόπο πληρωμής**:
 - ❖ σε αυτά που πληρώνονται από τον τουρίστα - πελάτη στο Τουριστικό Γραφείο. Σε αυτή την περίπτωση επάνω στο voucher αναγράφεται η

- φράση: **"The bill will be paid by our office"**. Το Τουριστικό Γραφείο αφού κρατήσει τη συμφωνημένη προμήθειά του, αποστέλλει το υπόλοιπο χρηματικό ποσό στο τουριστικό κατάλυμα,
- ❖ σε αυτά που πληρώνονται από τον τουρίστα - πελάτη στο τουριστικό κατάλυμα. Σε αυτή την περίπτωση επάνω στο voucher αναγράφεται η φράση: **"The bill will be paid by our client"**. Το τουριστικό κατάλυμα αποστέλλει τη συμφωνημένη προμήθεια στο Τουριστικό Γραφείο.
 - ❖ Ανάλογα με το **είδος της πελατείας**:
 - ❖ σε αυτά που αφορούν μεμονωμένους τουρίστες - πελάτες του Τουριστικού Γραφείου,
 - ❖ σε αυτά που αφορούν ομάδες τουριστών - πελατών του Τουριστικού Γραφείου. Στην κατηγορία αυτή, το Τουριστικό Γραφείο αποστέλλει στο τουριστικό κατάλυμα μαζί με το voucher τον **κατάλογο δωματίων (rooming list)**.

Η rooming list είναι μία αναλυτική κατάσταση στην οποία αναγράφονται:

- ✓ Λογότυπο, επωνυμία και πλήρη στοιχεία διεύθυνσης του Τουριστικού Γραφείου.
- ✓ Αύξων αριθμός εντύπου.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης της rooming list.
- ✓ Είδος εντύπου.
- ✓ Ονομασία group.
- ✓ Ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Ώρα άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Αύξων αριθμός τουριστών - πελατών.
- ✓ Ονοματεπώνυμο τουριστών - πελατών.
- ✓ Αριθμός ταυτότητας ή διαβατηρίου τουριστών - πελατών.
- ✓ Τύπος δωματίων.
- ✓ Αριθμός δωματίου (ο οποίος συμπληρώνεται από το τουριστικό κατάλυμα).
- ✓ Όροι χρέωσης.
- ✓ Παρατηρήσεις.
- ✓ Στοιχεία αρχηγού ομάδας.
- ✓ Υπογραφή και σφραγίδα για λογαριασμό του Τουριστικού Πρακτορείου.

ΣΧΗΜΑ 2.6 Κατάλογος Δωματίων (Rooming List)

◆ Ανάλογα με την αποστολή τους σε:

Το reservation voucher είναι ο κλασικός τύπος voucher, ο οποίος κυκλοφορεί ευρέως στην τουριστική αγορά και είναι αποδεικτικό στοιχείο της κράτησης, από την πλευρά του τουρίστα - πελάτη και της παροχής υπηρεσιών από την πλευρά του τουριστικού καταλύματος. Το reservation voucher διαχωρίζεται σε δύο τύπους:

- ✦ Voucher Απλής Κράτησης (Reservation Voucher).
Γνωστό στην τουριστική αγορά ως “voucher”.
- ✦ Voucher Κράτησης Πλήρους Πίστωσης (Full Credit Voucher):
Το full credit voucher έχει τον ίδιο τύπο με το reservation voucher και περιλαμβάνει εκτός των υπηρεσιών του reservation voucher και όλες τις επιπλέον (extra) καταναλώσεις του τουρίστα - πελάτη.

Για να ξεχωρίζει από το απλό voucher αναγράφεται επάνω σ' αυτό η ένδειξη "Full Credit". Συναντάται σπανιότατα στην αγορά.

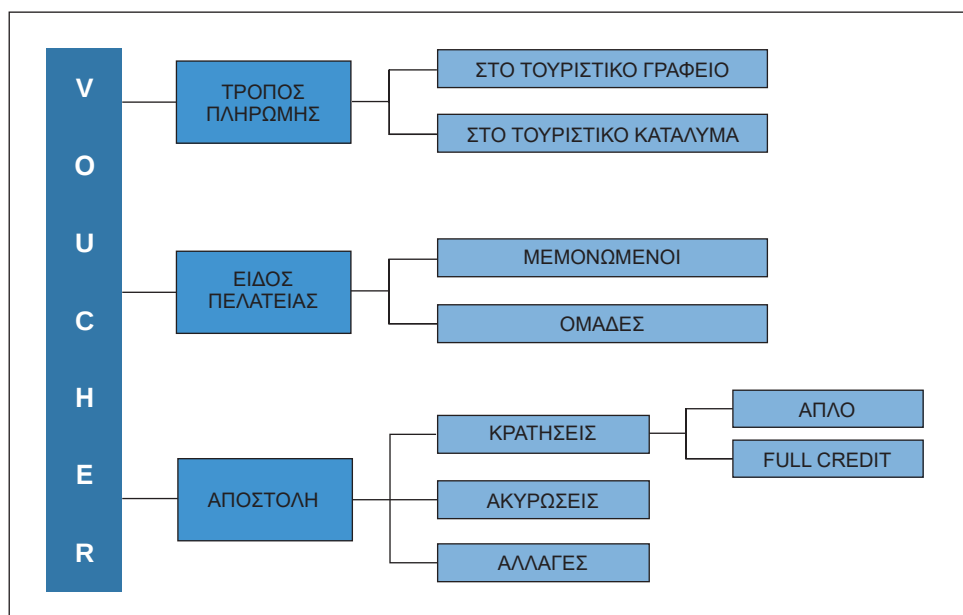
❖ **Voucher Ακύρωσης (Cancellation Voucher).**

Το cancellation voucher χρησιμοποιείται στις περιπτώσεις που υπάρχει ακύρωση της κράτησης που έχει προηγηθεί και αποσταλεί με reservation voucher στο τουριστικό κατάλυμα.

❖ **Voucher Αλλαγής (Amendment Voucher).**

Το voucher αλλαγής (amendment voucher) χρησιμοποιείται για οποιαδήποτε αλλαγή ή διόρθωση γίνεται στο reservation voucher, όπως π.χ. αλλαγή στους όρους συμφωνίας, στα άτομα, στις ημερομηνίες κ.τ.λ.

Εκτός των προαναφερθέντων vouchers, παλαιότερα υπήρχαν και άλλοι τύποι όπως το **Voucher Εγγύησης (Guarantee Voucher)** και το **Voucher Προκαταβολής (Deposit Voucher)**. Το Guarantee Voucher εγγυάται την πληρωμή των υπηρεσιών, όπως του δωματίου και των όρων χρέωσης που αναγράφονται επάνω σε αυτό, έστω και αν η κράτηση δεν πραγματοποιηθεί. Χρησιμοποιούνταν συνήθως για τουριστικά καταλύματα πόλεων, στα οποία η παραμονή των πελατών-τουριστών ήταν μικρής διάρκειας και η επιβεβαίωση της κράτησης γινόταν την τελευταία στιγμή. Στο Deposit Voucher ο τουρίστας - πελάτης είχε εξοφλήσει ένα ποσό στο Τουριστικό Γραφείο και το υπόλοιπο το εξοφλούσε στο τουριστικό κατάλυμα, για τις υπηρεσίες που είχε αγοράσει. Αντίστοιχα δινόταν η προμήθεια μεταξύ τουριστικού καταλύματος και Τουριστικού Γραφείου. Σήμερα, γι' αυτές τις περιπτώσεις χρησιμοποιείται και το reservation voucher.



ΣΧΗΜΑ 2.7 Διακρίσεις Vouchers

2.3.3.2.2 Η Δομή Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής

Η γραμμογράφηση όλων των εντύπων του Τουριστικού Γραφείου έχει σχέση με τον τρόπο λειτουργίας του και τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Γι' αυτό συναντάμε διαφορετικές δομές στα έντυπα ίδιας χρήσης. Παρ' όλα αυτά, τα βασικά στοιχεία που πρέπει να περιλαμβάνονται σε κάθε έντυπο είναι ίδια. Στην περίπτωση του voucher τα βασικά στοιχεία που περιέχονται είναι τα ακόλουθα:

Για το reservation voucher:

- ✓ Λογότυπο, επωνυμία και πλήρη στοιχεία διεύθυνσης του Τουριστικού Γραφείου.
- ✓ Αύξων αριθμός.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης του voucher.
- ✓ Είδος εντύπου.
- ✓ Τύπος voucher.
- ✓ Τρόπος πληρωμής.
- ✓ Στοιχεία παραλήπτη τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Ένδειξη πληρωμής του voucher.
- ✓ Ονοματεπώνυμο τουρίστα - πελάτη.
- ✓ Ονομασία τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Άτομα κράτησης.
- ✓ Αριθμός και τύπος δωματίων.
- ✓ Όροι χρέωσης.
- ✓ Ημέρες παραμονής στο τουριστικό κατάλυμα.
- ✓ Ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Ωρα άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Επιβεβαίωση κράτησης.
- ✓ Μεταφορικό μέσο, τόπος προέλευσης, ημερομηνία και ώρα άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Παρατηρήσεις.
- ✓ Υπογραφή και σφραγίδα για λογαριασμό του Τουριστικού Γραφείου.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ & ΕΠΩΝΥΜΙΑ:		No: 123456	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:		Date:	
AΦΜ:	FAX / TELEX:		
ΤΗΛ:			

V O U C H E R

Simple ☐	The bill will be paid by our office ☐
Full Credit ☐	The bill will be paid by our client ☐
Order to:	

Client's Name:

Hotel: Persons:

Service: Arrangement:

Days: In: Out:

Check In Time: Check Out Time:

Confirmer:

.....

Arrival From: At: By:

Departure To: At: By:

Remarks:

SIGNATURE

ΣΧΗΜΑ 2.8 Εντολή Κράτησης (Reservation Voucher)

Για το cancellation voucher:

- ✓ Λογότυπο, επωνυμία και πλήρη στοιχεία διεύθυνσης του Τουριστικού Γραφείου.
- ✓ Αύξων αριθμός.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης του voucher.
- ✓ Είδος εντύπου.
- ✓ Στοιχεία παραλήπτη τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Ονομασία τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Αριθμός reservation voucher για το οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης του reservation voucher για το οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Ονοματεπώνυμο πελάτη για τον οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Ημερομηνία για την οποία πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Παρατηρήσεις.
- ✓ Υπογραφή και σφραγίδα για λογαριασμό του Τουριστικού Πρακτορείου.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ & ΕΠΩΝΥΜΙΑ:		No: 123456
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:		Date:
ΑΦΜ:	FAX / TELEX:	
ΤΗΛ.:		
CANCELLATION VOUCHER		
Order to:		
Hotel:		
Reservation Voucher No:		Date:
Client's Name:		
Cancellation Date:		
Remarks:		
		SIGNATURE

ΣΧΗΜΑ 2.9 Εντολή Ακύρωσης της Κράτησης (Cancellation Voucher)

Για το amendment voucher:

- ✓ Λογότυπο, επωνυμία και πλήρη στοιχεία διεύθυνσης του Τουριστικού Γραφείου.
- ✓ Αύξων αριθμός.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης του voucher.
- ✓ Είδος εντύπου.
- ✓ Στοιχεία παραλήπτη τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Ονομασία τουριστικού καταλύματος.
- ✓ Αριθμός reservation voucher για το οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Ημερομηνία έκδοσης του reservation voucher για το οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Ονοματεπώνυμο πελάτη για τον οποίο πραγματοποιείται η ακύρωση.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για ημέρες παραμονής.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για αριθμό και τύπο δωματίου.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για όρους χρέωσης.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για αριθμό ατόμων.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Παλιά και νέα εντολή για ώρα άφιξης και αναχώρησης.
- ✓ Παρατηρήσεις.
- ✓ Υπογραφή και σφραγίδα για λογαριασμό του Τουριστικού Πρακτορείου.

ΛΟΓΟΤΥΠΟ & ΕΠΩΝΥΜΙΑ:		No: 123456
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:		Date:
ΑΦΜ:		
ΤΗΛ.:	FAX / TELEX:	

A M E N D M E N T V O U C H E R

Order to:

Hotel:	Date:
Reservation Voucher No:	
Client's Name:	

REASON	BEFORE	NOW
Days		
Service		
Arrangement		
Persons		
Date arrival		
Date departure		
Time arrival		
Time departure		

Remarks:	SIGNATURE
----------------	-----------

ΣΧΗΜΑ 2.10 Εντολή Αλλαγής της Κράτησης (Amendment Voucher)

Για τη σωστή συνεργασία του Τουριστικού Γραφείου με το τουριστικό κατάλυμα, ο Διεθνής Ξενοδοχειακός Σύνδεσμος (International Hotel Association - I.H.A.), παρέχει οδηγίες προς τα τουριστικά πρακτορεία - μέλη της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Συνδέσμων Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (Universal Federation of Travel Agent Association - U.F.T.A.A.), ως προς τον τρόπο αναγραφής του εντύπου του voucher, στο οποίο πρέπει να:

- γράφονται με σαφήνεια τα ονοματεπώνυμα των τουριστών - πελατών. (Γι' αυτό χρησιμοποιούνται μόνο κεφαλαία γράμματα),
- καθορίζονται βάσει της διεθνούς ορολογίας τα άτομα, ο τύπος των δωματίων, οι όροι χρέωσης, οι ημερομηνίες και ώρες άφιξης και αναχώρησης καθώς και το μεταφορικό μέσο των τουριστών - πελατών,
- αναφέρονται οποιεσδήποτε παρατηρήσεις για τους τουρίστες - πελάτες που αφορούν την ιδιότητά τους (V.I.P., νεόνυμφοι, παλαιοί πελάτες του τουριστικού καταλύματος κ.τ.λ.),

- αποφεύγονται υποσχέσεις στους τουρίστες - πελάτες, εάν πρώτα δεν έχει συζητηθεί το θέμα τους με το τουριστικό κατάλυμα,
- πραγματοποιούνται χωρίς καθυστερήσεις οι εξοφλήσεις των προμηθειών και κατόπιν συνεννοήσεως με το τουριστικό κατάλυμα.

Τα vouchers εκδίδονται από το Τουριστικό Γραφείο σε τρία (3) φύλλα και κατανέμονται ως εξής:

- ✓ το πρώτο φύλλο (πρωτότυπο) παραδίδεται στον τουρίστα - πελάτη και ονομάζεται **original**. Όταν υπάρχει ομάδα πελατών, παραδίδεται στον αρχηγό της ομάδος (tour leader), μαζί με τη rooming list,
- ✓ το δεύτερο φύλλο (δευτερότυπο) αποστέλλεται από το τουριστικό πρακτορείο στο τουριστικό κατάλυμα και
- ✓ το τρίτο φύλλο (τριτότυπο) κρατείται στο αρχείο του Τουριστικού Γραφείου ως στέλεχος.

2.3.3.2.3 Η Χρησιμότητα Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής

Το Voucher διαμονής αποτελεί το συμφωνητικό μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου, του τουριστικού καταλύματος και του τουρίστα - πελάτη.

Με βάση αυτό το έντυπο, το Τουριστικό Γραφείο:

- ✓ πιστοποιεί το είδος των δωματίων και των παρεχόμενων υπηρεσιών που ζητά ο πελάτης,
- ✓ πιστοποιεί τις υπηρεσίες που ζητά το Τουριστικό Γραφείο από το τουριστικό κατάλυμα για λογαριασμό του τουρίστα - πελάτη και τις οποίες αυτός δικαιούται.

Παράλληλα, το voucher είναι και έντυπο που διευκολύνει την εσωτερική λειτουργία του Τουριστικού Γραφείου. Βοηθά στον έλεγχο αλλά και στη στατιστική επεξεργασία:

- ✓ του αριθμού των δωματίων που ζητούνται από κάθε τουρίστα - πελάτη,
- ✓ του είδους των υπηρεσιών που ζητούνται από κάθε τουρίστα - πελάτη,
- ✓ του αριθμού των διανυκτερεύσεων αλλά και των ημερομηνιών αφίξεων και αναχωρήσεων,
- ✓ του ύψους των πωλήσεων και υπολογισμού των προμηθειών από τις παρεχόμενες υπηρεσίες,
- ✓ του τρόπου πληρωμής (πληρωμή στο Τουριστικό Γραφείο ή στο τουριστικό κατάλυμα).

2.3.3.2.4 Παραδείγματα Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής

Για να γίνει κατανοητή η χρησιμότητα των voucher διαμονής και ο τρόπος λειτουργίας τους δίνονται τα ακόλουθα παραδείγματα:

Παράδειγμα 1ο:**Voucher Απλής Κράτησης (Reservation Voucher) μεμονωμένων πελατών.**

Στο τουριστικό μας γραφείο "A TRAVEL", ήλθε ο κύριος Αποστόλου και ζήτησε τουριστικό ταξίδι για τον εαυτό του και τη σύζυγό του, με προορισμό τη Μάλτα για τις ημέρες της Πρωτοχρονιάς και όρους χρέωσης ημιδιατροφής. Η τουριστική τους μετακίνηση θα πραγματοποιηθεί με την αεροπορική εταιρεία AIR MALTA με ημερομηνία αναχώρησης από Αθήνα 30/12 και ώρα αναχώρησης πτήσεως 10:20 και θα αφιχθούν στο ξενοδοχείο MALTA HOTEL στις 12:45, στο οποίο θα παραμείνουν για τέσσερις (4) ημέρες σε δίκλινο δωμάτιο. Η επιστροφή τους στην Αθήνα θα πραγματοποιηθεί με την ίδια αεροπορική εταιρεία, στις 03/01 με ώρα αναχώρησης από το ξενοδοχείο 08:00 και ώρα πτήσης 13:35. Το τουριστικό μας γραφείο εκδίδει reservation voucher σήμερα 05/12/20.. και το αποστέλλει στον κύριο White, ο οποίος είναι υπεύθυνος κρατήσεων του ξενοδοχείου. Οι πελάτες μας εξόφλησαν το voucher απλής χρέωσης στο τουριστικό μας γραφείο.

A TRAVEL ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΦΜ: ΤΗΛ.:		No: 234567 Date: 05/12 /20..
V O U C H E R		
Simple ☒	The bill will be paid by our office ☒	
Full Credit ☐	The bill will be paid by our client ☐	
Order to: Mr WHITE		
Client's Name: APOSTOLOU Hotel: MALTA HOTEL Service: XX Days: 04 In: 30/12/20.. Out: 03/01/20.. Check In Time: 12:45 Check Out Time: 08:00 Confirmer:		
Arrival From: ATHENS At: 10:20 By: AIR MALTA Departure To: ATHENS At: 13:35 By: AIR MALTA Remarks:		
SIGNATURE A T R A V E L		

Παράδειγμα 2ο:**Voucher Αλλαγής (Amendment Voucher).**

Δύο ημέρες αργότερα η οικογένεια Αποστόλου αποφάσισε να αλλάξει τους όρους χρέωσης και από ημιδιατροφή, να ζητήσει πλήρη διατροφή. Το τουριστικό μας γραφείο απευθύνεται στον υπεύθυνο κρατήσεων κύριο White του ξενοδοχείου MALTA HOTEL και διαφοροποιεί τους όρους χρέωσης του reservation voucher No 123456 το οποίο εκδόθηκε στις 05/12/20.. για τον πελάτη μας εκδίδοντας και αποστέλλοντας voucher αλλαγής.

A TRAVEL

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΑΦΜ:

ΤΗΛ.:

FAX / TELEX:

No: 123456

Date: 07/12/20..

A M E N D M E N T V O U C H E R

Order to: Mr. WHITE

Hotel: MALTA HOTEL.....

Reservation Voucher No: 123456..... Date: 05/12/20.....

Client's Name: APOSTOLOU.....

REASON	BEFORE	NOW
Days		
Service		
Arrangement	HB	FB
Persons		
Date arrival		
Date departure		
Time arrival		
Time departure		

Remarks:.....

SIGNATURE

A T R A V E L

Παράδειγμα 3ο:**Voucher Ακύρωσης (Cancellation Voucher).**

Δύο (2) εβδομάδες πριν την αναχώρηση της οικογένειας Αποστόλου ήλθε στο τουριστικό μας γραφείο η σύζυγος και μας ανακοίνωσε ότι λόγω ατυχήματος αναγκάζεται να ακυρώσει την κράτηση, από 30/12 έως 03/01, του προκαθορισμένου ταξιδιού της οικογένειας στη Μάλτα. Έτσι, το τουριστικό μας γραφείο πραγματοποιεί ακύρωση του reservation voucher με αύξοντα αριθμό 123456 και ημερομηνία έκδοσης 05/12/20..., με έκδοση ακυρωτικού voucher το οποίο αποστέλλεται στον υπεύθυνο κρατήσεων κύριο White του ξενοδοχείου MALTA HOTEL.

A TRAVEL ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΦΜ: ΤΗΛ.: FAX / TELEX:		No: 123456 Date: 16/12/20
C A N C E L L A T I O N V O U C H E R		
Order to: Mr. WHITE		
Hotel: MALTA HOTEL Reservation Voucher No: 123456 Date: 05/12/20 Client's Name: APOSTOLOU Cancellation Date: 30/12/20 .. - 03/01/20 Remarks:		
		SIGNATURE A T R A V E L

Παράδειγμα 4ο:**Voucher Απλής Κράτησης (Reservation Voucher) ομάδας πελατών.**

Οι είκοσι ένας (21) μαθητές του Α΄ Κύκλου της Β΄ Τάξης του Τομέα Οικονομίας και Διοίκησης θα πραγματοποιήσουν διήμερη τουριστική μετακίνηση από 10 έως 12 Απριλίου στο ξενοδοχείο HOTEL στο Πήλιο, για εκπαιδευτικούς λόγους, μέσω του πρακτορείου μας «A TRAVEL». Η μετακίνησή τους πραγματοποιείται από την Αθήνα με τουριστικά λεωφορεία του τουριστικού μας γραφείου, με ώρα αναχώρησης 07:30. Στο ξενοδοχείο αφικνούνται στις 13:00 και αναχωρούν στις 11:00, καταλαμβάνοντας πέντε τρίκλινα και τρία δίκλινα, με όρους χρέωσης πλήρους διατροφής. Οι μαθητές συνοδεύονται από τον καθηγητή τους κύριο Γεωργίου και την καθηγήτριά τους κυρία Δημητρίου, οι οποίοι

αντίστοιχα καταλαμβάνουν δύο μονόκλινα χωρίς χρέωση. Το απλής χρέωσης voucher το οποίο εξοφλήθη στο τουριστικό μας γραφείο, εκδόθηκε είκοσι μέρες πριν την άφιξη των μαθητών και απεστάλη στην κυρία Βασιλείου η οποία είναι υπεύθυνη του τμήματος κρατήσεων του ξενοδοχείου.

A TRAVEL			
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:		No:234567	
ΑΦΜ:		Date: 21/04/20..	
ΤΗΛ.:	FAX / TELEX:		
V O U C H E R			
Simple	☒	The bill will be paid by our office	☒
Full Credit	☐	The bill will be paid by our client	☐
Order to: Κα ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ			
Client's Name: GROUP "A"			
Hotel: HOTEL		Persons: 23	
Service: 2X / 3XX / 5XXX		Arrangement: FB	
Days: 02	In: 10/04/20..	Out: 12/04/20..	
Check In Time: 13:00		Check Out Time: 11:00	
Confirmer:			
Arrival From: ATHENS At: 07:30 By: BUS			
Departure To: ATHENS At: 11:00 By: BUS			
Remarks: 2X FREE			
SIGNATURE			
A T R A V E L			

Σημείωση: Η ώρα αναχώρησης από το ξενοδοχείο είναι ίδια με την ώρα αναχώρησης από το Πήλιο, γιατί δεν υπάρχει check in αεροδρομίου όπως στο προηγούμενο παράδειγμα.

A TRAVEL

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

No: 123456

ΑΦΜ:

DATE: 21/04/20..

ΤΗΛ.:

FAX / TELEX:

R O O M I N G L I S T

GROUP: "A"

DATE IN: 10/04/20..

DATE OUT: 12/04/20..

CHECK IN TIME: 13:00

CHECK OUT TIME: 11:00

SN	NAME	PASS No/I.D.	SERVICE	ROOM No	ARR.	REMARKS
1	ΙΩΑΝΝΟΥ Ι.	M 012345	XXX		FB	
2	ΑΓΓΕΛΟΥ Α.	M 123456				
3	ΜΑΝΟΥ Μ.	Λ 234567				
4	ΣΩΤΗΡΙΟΥ Σ.	M 345678	XXX			
5	ΦΩΤΙΟΥ Φ.	N 456789				
6	ΝΙΚΟΛΑΟΥ Ν.	N 567890				
7	ΑΝΤΩΝΙΟΥ Α.	K 678901	XXX			
8	ΑΛΕΞΙΟΥ Α.	M 789012				
9	ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ Α.	M 890123				
10	ΔΙΟΝΥΣΙΟΥ Δ.	K 901234	XXX			
11	ΦΙΛΙΠΠΟΥ Φ.	M 123450				
12	ΣΤΕΦΑΝΟΥ Σ.	M 234560				
13	ΝΕΚΤΑΡΙΟΥ Ν.	K 345670	XXX			
14	ΧΡΗΣΤΟΥ Χ	K 456780				
15	ΑΝΔΡΕΟΥ Α.	M 987650				
16	ΛΑΜΠΡΟΥ Λ.	M 876540	XX			
17	ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ Ε.	Λ 765430				
18	ΧΡΥΣΑΝΘΟΥ Χ.	M 654320	XX			
19	ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Α.	N 543210				
20	ΘΕΟΔΩΡΟΥ Θ.	M 023456	XX			
21	ΠΑΥΛΟΥ Π.	M 034567				
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
T.L.	ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Δ.	A 045678	X			
T.L.	ΓΕΩΡΓΙΟΥ Γ.	Δ 056789	X			

SIGNATURE

A T R A V E L

2.4 Η ΜΕΤΑΦΟΡΑ - ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

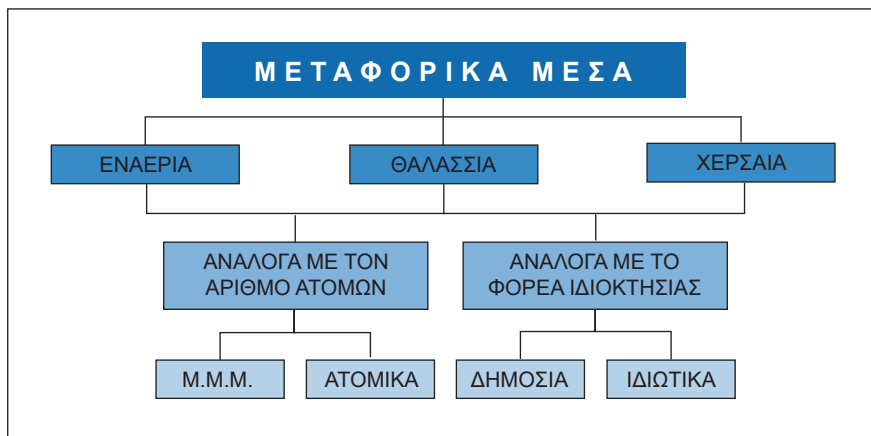
2.4.1 Εισαγωγή

Ως **μεταφορά** εννοείται η μετακίνηση των ατόμων από τον ένα τόπο στον άλλο. Η γρήγορη, άνετη και ασφαλής μεταφορά των τουριστών - πελατών βοηθά στην ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού. Οι μεταφορές διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- τις εναέριες,
- τις θαλάσσιες και
- τις χερσαίες.

Τα μεταφορικά μέσα χωρίζονται:

- ◆ Ανάλογα με τον αριθμό ατόμων που μετακινούνται, σε:
 - ❖ Μέσα μαζικής μεταφοράς (αεροπλάνο, πλοίο, τρένο κ.τ.λ.).
 - ❖ Ατομικά μέσα (αυτοκίνητο, μοτοσικλέτα).
- ◆ Ανάλογα με το φορέα ιδιοκτησίας σε:
 - ❖ Δημόσια μέσα μεταφοράς.
 - ❖ Ιδιωτικά μέσα μεταφοράς.



ΣΧΗΜΑ 2.11 Μέσα Μεταφοράς

Τα μηχανοκίνητα μέσα μεταφοράς (τρένο, αυτοκίνητο, αεροπλάνο, πλοίο κ.ά.) έκαναν την εμφάνισή τους στα τέλη του 19ου και στην αρχή του 20ου αιώνα και αποδείχτηκαν μία από τις κινητήριες δυνάμεις ανάπτυξης του τουρισμού, αφού εκμηδένισαν τις αποστάσεις και διευκόλυναν τη μετακίνηση των τουριστών - πελατών.

Το τρένο πρωτοχρησιμοποιήθηκε για ομαδικά ταξίδια στη Μεγάλη Βρετανία από το Τουριστικό Γραφείο του Τόμας Κουκ και καθιερώθηκε εκτός των άλλων και ως το βασικό μέσο δημόσιας μαζικής τουριστικής μεταφοράς.

Το αυτοκίνητο με τη σειρά του βοήθησε και αυτό στην προώθηση της τουριστικής μετακίνησης, μια και χάρισε ευελιξία, άνεση και μεγαλύτερη ευκολία στην επιλογή τουριστικών τόπων.

Παράλληλα, στη θάλασσα, η εξέλιξη των επιβατηγών πλοίων συνέβαλε στη χρησιμοποίησή τους από μεγάλο αριθμό τουριστών ιδιαίτερα στα διηπειρωτικά ταξίδια.

Το αεροπλάνο, βέβαια, έκανε τον κόσμο "μικρότερο" και βοήθησε πάρα πολύ στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού, αφού ο χρόνος μετακίνησης των επιβατών μειώθηκε, με αποτέλεσμα να ξεπεραστούν τα παραδοσιακά μέσα μεταφοράς, όπως τα τρένα και τα πλοία.



ΕΙΚΟΝΑ 2.4: Μεταφορά - Μετακίνηση Πελατών

2.4.2 Το Αεροπορικό Προϊόν

Στις αρχές του προηγούμενου αιώνα η ιπτάμενη μηχανή έμεινε στον αέρα μόνο για λίγα δευτερόλεπτα. Η εξέλιξη μετά τα πρώτα αεροσκάφη, τα οποία κατασκευάστηκαν για πολεμικούς σκοπούς, ήταν ραγδαία. Από τα πρώτα ελικοφόρα μονοκινητήρια και δίκινητήρια αεροσκάφη, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν στην πολιτική αεροπορία, έφθασαν έναν αιώνα αργότερα να κατασκευαστούν αεροσκάφη με αεροστρόβιλους, με ηλεκτρονικά συστήματα διακυβέρνησης και με υπερηχητική ταχύτητα.

Ως **αεροπορικό προϊόν** θεωρείται οτιδήποτε λαμβάνουν οι επιβάτες σε αντάλλαγμα του αεροπορικού ναύλου που πληρώνουν. Οι επιβάτες χρησιμοποιούν το αεροπορικό προϊόν, το οποίο αποτελείται από δύο ειδών στοιχεία:

τα υλικά, όπως είναι ο θάλαμος επιβατών του αεροσκάφους, το φαγητό κ.τ.λ. και τα άυλα, όπως είναι η εξυπηρέτηση της αεροσυνοδού.

Οι αεροπορικές εταιρείες, με σκοπό να διαθέσουν το καλύτερο δυνατόν αεροπορικό προϊόν, διακρίνουν τους επιβάτες τους σύμφωνα με τις ανάγκες του ταξιδιού. Οι ανάγκες των επιβατών μιας πτήσης διαχωρίζονται ανάλογα με:

- ✓ την απόσταση από τον τόπο αναχώρησης στον τόπο προορισμού,
- ✓ το σκοπό της μετακίνησης.

Αυτό συμβαίνει γιατί οι επιβάτες που χρησιμοποιούν το αεροσκάφος για επιχειρηματικά ταξίδια έχουν άλλες ανάγκες από τους επιβάτες που χρησιμοποιούν το αεροσκάφος για τουριστική μετακίνηση ή από τους επιβάτες που μετακινούνται για ιατρικούς λόγους ή για συμμετοχή τους σε συνέδρια. Οι επιβάτες - επιχειρηματίες έχουν για παράδειγμα περισσότερες απαιτήσεις σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης εδάφους (ιδιαίτερους χώρους στο αεροδρόμιο πριν την είσοδό τους στο αεροπλάνο κ.τ.λ.), ξεχωριστό έλεγχο εισιτηρίων και αποσκευών και επιπλέον υπηρεσίες εξυπηρέτησης μέσα στο αεροπλάνο (ιδιαίτερο χώρο, δυνατότητα επικοινωνιών με τηλέφωνο, fax κ.τ.λ.).

Αντίθετα, οι επιβάτες - τουρίστες ενδιαφέρονται περισσότερο για ένα οικονομικότερο εισιτήριο προκειμένου να μεταβούν στον τόπο προορισμού τους.

Τέλος, η ασφάλεια των πτήσεων που εξαρτάται, τόσο από την τεχνική αρτιότητα του αεροσκάφους όσο και από την πρόληψη τυχόν τρομοκρατικών ενεργειών, είναι ένα στοιχείο στο οποίο δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα όλοι οι επιβάτες.

Σύμφωνα με την παραδοσιακή αντίληψη, το αεροπορικό προϊόν συντίθεται από όλα εκείνα τα στοιχεία που αφορούν διαδικασίες:

- Πριν την έναρξη του ταξιδιού, στη διαδικασία πώλησης του αεροπορικού εισιτηρίου.
- Κατά τη διάρκεια της πτήσης, σε υπηρεσίες που παρέχονται προς τους επιβάτες, όπως παροχή γευμάτων, ποτών, αναψυκτικών κ.ά.
- Μετά την αποβίβαση από το αεροσκάφος, σε υπηρεσίες-πληροφορίες που προσφέρονται για τουριστικά καταλύματα, για τη μετάβαση στο κέντρο της πόλης κ.ά.

Η σύγχρονη αντίληψη που επικρατεί με την εισαγωγή της **Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management)** στις επιχειρήσεις, είναι να δει η αεροπορική εταιρεία συνολικά το αεροπορικό προϊόν και τις παρεχόμενες υπηρεσίες του, και όχι κατατμημένο σε δραστηριότητες που αφορούν τις παρπάνω διαδικασίες.

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας πιστεύει ότι κάθε διαδικασία στην αεροπορική εταιρεία επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα τους επιβάτες και το αεροπορικό προϊόν στο σύνολό του. Γι' αυτό η ικανοποίηση του πελάτη και η ποιότητα του αεροπορικού προϊόντος, όπως αυτός την αντιλαμβάνεται, αποτελεί υποχρέωση όλων των εργαζομένων σε μια αεροπορική εταιρεία.

Για πρακτικούς βέβαια λόγους, η κατάτμηση σε διαδικασίες για την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών του επιβάτη διευκολύνει την αεροπορική εταιρεία να προσφέρει υψηλό επίπεδο υπηρεσιών, ώστε να επιτελέσει αξιόπιστα, έγκαιρα και έγκυρα το έργο της. Η συνολική εικόνα που δίνεται από την αεροπορική εταιρεία στον επιβάτη αποτελεί την πιο σύγχρονη μέθοδο πώλησης του αεροπορικού προϊόντος.

2.4.2.1 Βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά

Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στις αεροπορικές πτήσεις είναι θεμελιώδους σημασίας, μια και ο πελάτης λόγω του έντονου ανταγωνισμού, αν δεν μείνει ευχαριστημένος μπορεί να επιλέξει άλλη αεροπορική εταιρεία.

Τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά που διακρίνουν τις αεροπορικές εταιρείες και διαφοροποιούν το αεροπορικό προϊόν τους είναι η τιμή, ο τύπος του αεροσκάφους, το πρόγραμμα των πτήσεων και η εξυπηρέτηση των πελατών.

◆ Η τιμή του αεροπορικού προϊόντος.

Η τιμή διαφοροποιεί το αεροπορικό προϊόν, γιατί στη σύγχρονη αντίληψη αντιμετωπίζεται ως μέρος της ποιότητάς του. Το ύψος των τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων καθορίζει όχι μόνο το μέλλον των αεροπορικών εταιρειών, αλλά και τη γενικότερη σύνθεση του αεροπορικού προϊόντος στην τελική επιλογή των επιβατών. Άμεσα λοιπόν η τιμή επηρεάζει τις προτιμήσεις των επιβατών και ο φθηνός ναύλος κάνει ελκυστικότερο το αεροπορικό προϊόν. Αυτό ισχύει κυρίως για τους επιβάτες μέσου οικονομικού επιπέδου σε αντίθεση με τους επιβάτες υψηλού οικονομικού επιπέδου για τους οποίους η τιμή είναι συνήθως λιγότερο σημαντική, επειδή έχουν άλλα κριτήρια στην επιλογή μιας αεροπορικής εταιρείας. Συνήθως δίνουν περισσότερη σημασία στο βολικό ωράριο πτήσεων, στην ακριβή τήρηση του ωραρίου κ.τ.λ.

◆ Ο τύπος του αεροσκάφους.

Βασικό ποιοτικό χαρακτηριστικό είναι ο τύπος του αεροσκάφους, γιατί από το είδος των κινητήρων του, οι οποίοι επηρεάζουν το θόρυβο στο θάλαμο επιβατών, καθώς και από τη διαμόρφωσή του (χώρος διαδρόμων, καθίσματα, τουαλέτες κ.ά.), εξαρτάται η άνεση του επιβάτη κατά τη διάρκεια του αεροπορικού ταξιδιού. Σχετική με τον τύπο του αεροσκάφους είναι και η ασφάλεια που αισθάνεται ο επιβάτης. Τα πιο σύγχρονα μοντέλα των αεροσκαφών παρέχουν μεγαλύτερη αίσθηση ασφάλειας στον επιβάτη από άλλα παλαιότερα.

◆ Το πρόγραμμα των πτήσεων.

Το πρόγραμμα των πτήσεων είναι βασικό ποιοτικό χαρακτηριστικό, γιατί οι επιβάτες διαμορφώνουν τις δυνατότητες επιλογών τους ανάλογα με το εύρος του δικτύου της αεροπορικής εταιρείας, τη δυνατότητα επιλογών σε απ' ευθείας πτήσεις (direct flight) ή πτήσεις με ενδιάμεσο σταθμό (stop over), τα ωράρια και τη συχνότητα των πτήσεων.

❖ **Η εξυπηρέτηση του πελάτη.**

Η εξυπηρέτηση του πελάτη αποτελεί ένα από τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά του αεροπορικού προϊόντος και διακρίνεται:

❖ **Πριν την πτήση.**

Η αεροπορική εταιρεία θα πρέπει όχι μόνο να έχει επάρκεια πτήσεων και αεροπορικών προορισμών, αλλά και να είναι σε θέση να κάνει ταχύτητα κρατήσεις και να εξυπηρετεί τους επιβάτες.

Η εξυπηρέτηση των πελατών στον αερολιμένα αναλύεται στα ακόλουθα ποιοτικά στοιχεία:

- ✦ την πρόσβαση στον αερολιμένα και τους χώρους στάθμευσης οχημάτων,
- ✦ την πληροφόρηση των επιβατών,
- ✦ τον έλεγχο εισιτηρίων και αποσκευών,
- ✦ την εξυπηρέτηση των επιβατών για τις αποσκευές τους,
- ✦ τις δυνατότητες επιβίβασης ασυνόδευτων παιδιών, ατόμων με ειδικές ανάγκες, ηλικιωμένων κ.τ.λ.

❖ **Κατά τη διάρκεια της πτήσης.**

Κατά τη διάρκεια της πτήσης τα κύρια ποιοτικά χαρακτηριστικά του αεροπορικού προϊόντος είναι τα εξής:

- ✦ Οι θέσεις στον εσωτερικό χώρο του αεροσκάφους (άνεση, μέγεθος, απόσταση μεταξύ τους, κ.ά.).
- ✦ Η εν γένει τροφοδοσία και οι υπηρεσίες μπαρ.
- ✦ Το σέρβις των αεροσυνοδών και ιπτάμενων φροντιστών (φιλικό χαμόγελο, προσοχή, φροντίδα, προθυμία, παραλαβή και φύλαξη χειροαποσκευών).
- ✦ Η επικρατούσα ατμόσφαιρα.
- ✦ Η διασκέδαση που προσφέρεται (μουσική, τηλεόραση, εφημερίδες).
- ✦ Η καθαριότητα.
- ✦ Ζεστές πετσέτες.
- ✦ Υπηρεσίες fax, γραφική ύλη, τηλέφωνο.
- ✦ Πωλήσεις αφορολόγητων ειδών.
- ✦ Μικρά δώρα στους επιβάτες.
- ✦ Διαχωρισμός θέσεων σε καπνίζοντες και μη.
- ✦ Καθαρές τουαλέτες.

❖ **Μετά την πτήση.**

Η εξυπηρέτηση του πελάτη μετά την πτήση περιλαμβάνει στοιχεία όπως:

- ✦ Διαχείριση αποσκευών από το αεροδρόμιο.
- ✦ Παροχή πληροφοριών για τουριστικά καταλύματα ή μετάβαση στο κέντρο της πόλης.
- ✦ Μετακίνηση επιβατών με ειδικό λεωφορείο από το αεροδρόμιο στο ξενοδοχείο ή άλλο τερματικό σταθμό.

- ✦ Αποτελεσματικό σύστημα αντιμετώπισης απολεσθέντων ή "κακομεταχειρισμένων" αποσκευών.

2.4.2.2 Παράγοντες ικανοποίησης πελατών

Είναι γεγονός ότι στη σημερινή εποχή το αεροσκάφος ως μέσο μεταφοράς εκμηδένισε τις αποστάσεις και με ασφάλεια ικανοποίησε τις απαιτήσεις των ταξιδιωτών προσφέροντας σύγχρονες υπηρεσίες.

Οι επιβάτες όμως ενός αεροσκάφους έχουν όλο και περισσότερες απαιτήσεις και οι αεροπορικές εταιρείες προσαρμόζονται συνεχώς στις ανάγκες και επιθυμίες τους. Ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες του επιβάτη προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες εξυπηρέτησης.

Οι παράγοντες ικανοποίησης επιβατών είναι κρίσιμοι συντελεστές προώθησης των αεροπορικών υπηρεσιών και για αυτό τους εξετάζουμε παρακάτω συνοπτικά:

- **Ασφάλεια πτήσεων.**

Ο επιβάτης δίνει σήμερα μεγάλη προτεραιότητα στην ασφάλειά του. Για το λόγο αυτό είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος σχετικά με την επιλογή της αεροπορικής εταιρείας με την οποία θα ταξιδέψει. Βασική μέριμνα της αεροπορικής εταιρείας είναι αφενός η ασφάλεια των πτήσεων, που εξασφαλίζεται με τη συνεχή εκπαίδευση των πληρωμάτων και την άριστη συντήρηση των αεροσκαφών, αφετέρου με άλλες διαδικασίες, όπως την ύπαρξη ειδικού μυστικού φρουρού που ταξιδεύει ως επιβάτης, τη θωράκιση πιλοτηρίου κ.ά.

- **Χαμηλές τιμές.**

Έχει ήδη αναφερθεί ο ρόλος της τιμής των εισιτηρίων των αεροπορικών εταιρειών ως καθοριστικού παράγοντα στην τελική επιλογή του επιβάτη.

- **Ακρίβεια εκτέλεσης δρομολογίων.**

Για όλους τους επιβάτες η ακριβής τήρηση του δρομολόγιου, δηλαδή η έγκαιρη αναχώρηση και άφιξη, αποτελεί βασικό παράγοντα για την επιλογή της αεροπορικής εταιρείας με την οποία θα ταξιδέψουν.

- **Η συχνότητα των πτήσεων και οι πολλαπλοί προορισμοί.**

Το μέγεθος μιας αεροπορικής εταιρείας κατά κανόνα καθορίζει και τη συχνότητα των πτήσεων για μια αεροπορική διαδρομή. Οι μεγάλες αεροπορικές εταιρείες συνήθως έχουν πολλούς προορισμούς και μεγάλη συχνότητα δρομολογίων, αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο το γόητρό τους και ικανοποιώντας ένα μεγάλο αριθμό επιβατών. Αντίθετα, οι μικρές αεροπορικές εταιρείες εξειδικεύονται σε ορισμένους ταξιδιωτικούς προορισμούς για τους οποίους προσφέρουν συχνές πτήσεις εξυπηρετώντας συγκεκριμένο επιβατικό κοινό.

- **Προσφερόμενες υπηρεσίες και εξυπηρέτηση.**

Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών από μια αεροπορική εταιρεία πριν την αναχώρηση, κατά τη διάρκεια της πτήσης και μετά από αυτήν, αποτελεί βασικό παράγοντα ικανοποίησης των επιβατών.

• Άμεση ανταπόκριση.

Τα αεροπορικά ταξίδια δεν πραγματοποιούνται πάντα με απ' ευθείας πτήσεις. Οι αεροπορικές εταιρείες ανάλογα με τη συχνότητα των πτήσεών τους και τους προορισμούς που καλύπτουν, συνδυάζουν αεροπορικά δρομολόγια με ανταποκρίσεις (connecting flights). Η επιτυχία της αεροπορικής εταιρείας στη συγκεκριμένη περίπτωση εξαρτάται από την άμεση ανταπόκριση, άρα από την άμεση επιβίβαση του επιβάτη στο επόμενο αεροσκάφος. Οι πελάτες ικανοποιούνται περισσότερο όταν η ανταπόκριση είναι άμεση και δεν έχουν μεγάλη παραμονή στον αερολιμένα.

• Φήμη και υπόληψη της εταιρείας.

Όλοι οι παράγοντες ικανοποίησης των πελατών που προαναφέρθηκαν στοχεύουν στη διατήρηση ή την αύξηση της φήμης και της υπόληψης μιας αεροπορικής εταιρείας. Η ασφάλεια των πτήσεων, οι χαμηλές τιμές, η συχνότητα των πτήσεων κ.τ.λ. συμβάλλουν και προσθέτουν στη φήμη και υπόληψη της αεροπορικής εταιρείας.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ του τι είναι **ανάγκη** για έναν επιβάτη και τι είναι **επιθυμία**. Ανάγκη για έναν επιβάτη είναι να φθάσει π.χ. έγκαιρα σε έναν τόπο στον οποίο θέλει να ταξιδέψει για λόγους υγείας. Γι' αυτό η έγκαιρη μετάβασή του είναι μια πραγματική ανάγκη και προσδιορίζει το βαθμό της ικανοποίησής του, αν εκπληρωθεί.

Αντίθετα, η **επιθυμία** ενός επιβάτη είναι δυσκολότερο να αναγνωριστεί, γιατί εξαρτάται από το κοινωνικοοικονομικό και μορφωτικό επίπεδό του. Η ικανοποίησή της περιλαμβάνει συγκεκριμένες υλικές όψεις του αεροπορικού προϊόντος, όπως ξεχωριστή διαδικασία επιβίβασης ή μπορεί να περιλάβει ορισμένες άυλες όψεις του προϊόντος, όπως φιλική συμπεριφορά.

Στην επιλογή λοιπόν του επιβάτη ως προς την αεροπορική εταιρεία με την οποία θα ταξιδέψει μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο η φήμη και η υπόληψή της, που ουσιαστικά δεν είναι μια ανάγκη αλλά μια επιθυμία του.



ΕΙΚΟΝΑ 2.5: Εξυπηρέτηση Επιβατών

2.4.2.3 Στοιχεία Βασικής Ορολογίας Εξυπηρέτησης Επιβατών Αεροδρομίου

Τερματικός Σταθμός (Terminal): Είναι ο χώρος του αερολιμένα στον οποίο επιτελούνται οι διατυπώσεις αναχώρησης και άφιξης επιβατών.

Πύλη (Gate): Είναι η πύλη εξόδου από την οποία ο επιβάτης περνά από το χώρο του αερολιμένα στο χώρο του αεροδρομίου.

Τόπος Αναχώρησης (Origin): Είναι το σημείο από το οποίο ένα ταξίδι ξεκινά.

Τόπος Προορισμού (Destination): Είναι το σημείο στο οποίο τελειώνει ένα ταξίδι.

Απών Επιβάτης (Non Show): Είναι η απουσία του πελάτη κατά την αναχώρηση της πτήσης.

Επιβάτης Αναμονής (Stand By): Είναι ο επιβάτης που δεν έχει επιβεβαιωμένη κράτηση για συγκεκριμένη πτήση και ο οποίος περιμένει στον αερολιμένα έτοιμος να αναχωρήσει, εάν υπάρξει κάποια διαθέσιμη θέση την τελευταία στιγμή. Κάποιες αεροπορικές εταιρείες προσφέρουν χαμηλούς ναύλους για επιβάτες της τελευταίας στιγμής (last minute passengers).

Ενδιάμεση Στάση (Stopover): Η προμελετημένη διακοπή ενός ταξιδιού, σε έναν τόπο μεταξύ του τόπου αναχώρησης και του τόπου προορισμού, που διαρκεί πάνω από είκοσι τέσσερις ώρες.

Αριθμός (Κωδικός) Πτήσεως (Flight Number): Η κωδικοποίηση πτήσεως η οποία εκφράζεται με γράμματα και αριθμούς π.χ. ΟΑ871: πτήση Ολυμπιακής Αεροπορίας με αριθμό 871.

Επιβάτης Μετεπιβίβασης (In Transit Visitor): Είναι ο επιβάτης διεθνούς πτήσης που διακόπτει το ταξίδι για μικρό χρονικό διάστημα (για λίγες ώρες), ο οποίος δεν μπορεί να απομακρυνθεί από το χώρο μετεπιβίβασης του αερολιμένα (transit area) και δεν ελέγχεται από τις τελωνειακές αρχές, αφού παραμένει στο χώρο μετεπιβίβασης.

Ελάχιστος Χρόνος Μετεπιβίβασης (Minimum Connecting Time - MCT): Είναι ο ελάχιστος χρόνος που έχει στη διάθεσή του ένας επιβάτης για να μεταβεί προς την επόμενη πτήση ή ανταπόκρισή του από έναν αερολιμένα της χώρας σε άλλον ή από μία αεροπορική εταιρεία σε άλλη στο ίδιο αεροδρόμιο και αντίστροφα. Ισχύει κυρίως για διεθνείς πτήσεις αλλά και για πτήσεις εσωτερικού.

Ταξιδιωτικά Έγγραφα (Traffic Documents): Τα αεροπορικά εισιτήρια των επιβατών και τα άλλα ταξιδιωτικά έγγραφα που απαιτείται να έχει στην κατοχή του ο επιβάτης, για να έχει τη δυνατότητα ταξιδιού, π.χ. διαβατήριο, κάρτα υγείας κ.τ.λ.

Κουπόνι Πτήσης - Εισιτήριο (Flight Coupon - Ticket): Το μέρος ενός αεροπορικού εισιτηρίου το οποίο περιέχει πληροφορίες για την πτήση.

Ανοικτό Εισιτήριο (Open Flight): Είναι το εισιτήριο που δεν έχει συγκεκριμένη ημερομηνία πτήσης και δίνει το δικαίωμα στον επιβάτη για κράτηση θέσης σε μελλοντική πτήση. Συνήθως έχει ισχύ για ένα έτος.

Πολλαπλό-Διαδοχικό ή Συνδεδεμένο Εισιτήριο (Conjunction Ticket): Είναι ένα σύνολο ίδιων τύπων εισιτηρίων που χρησιμοποιούνται για ενιαία διαδρομή.

Προθεσμία (Deadline): Είναι ο χρόνος έκδοσης και πληρωμής του εισιτηρίου που πραγματοποιείται πριν από την ημέρα και ώρα αναχώρησης του επιβάτη.

Ναύλος απ' ευθείας Δρομολογίου (Direct Route Fare): Είναι η αξία του αεροπορικού εισιτηρίου για απ' ευθείας πτήση από τον τόπο αναχώρησης στον τόπο προορισμού χωρίς ενδιάμεσες στάσεις.

Επιβάρυνση Απουσίας Επιβάτη (Non Show Charge): Είναι η επιβάρυνση στον επιβάτη λόγω απουσίας κατά την αναχώρηση της πτήσης.

Αυτοκόλλητο Επανεπικύρωσης (Revalidation Sticker): Είναι το σημείωμα που επικολλάται σε ένα ήδη εκδομένο αεροπορικό εισιτήριο, για να δηλώσει ότι έχει πραγματοποιηθεί κράτηση για νέα πτήση.

Επανεπιβεβαίωση (Reconfirmation): Είναι η δήλωση από τον επιβάτη της πρόθεσής του να χρησιμοποιήσει τη θέση που έχει κρατήσει σε ένα αεροσκάφος. Σε ορισμένες εταιρείες είναι υποχρεωτική διαδικασία που πρέπει να γίνεται 24 έως 72 ώρες πριν από την πραγματοποίηση της πτήσης.

Κάρτα Επιβίβασης (Boarding Pass): Είναι η κάρτα που δίνεται στον επιβάτη πριν να επιβιβαστεί στο αεροσκάφος. Δηλώνει ότι όλες οι διαδικασίες ελέγχου (check - in) έχουν ολοκληρωθεί. Επίσης δηλώνει τη θέση του αεροσκάφους την οποία έχει δικαίωμα να χρησιμοποιήσει ο επιβάτης καθώς και την πύλη εξόδου από τον αερολιμένα.

Κανόνας της Κυριακής (Sunday Rule): Αφορά εισιτήρια με επιστροφή στα οποία υπάρχει ο όρος ότι πριν τα μεσάνυχτα του Σαββάτου είναι αδύνατη η επιστροφή του επιβάτη. Παρέχει κάποια έκπτωση στην τελική τιμή του εισιτηρίου.

Διαδρομή (Routing): Είναι το οποιοδήποτε δρομολόγιο που περιέχει πολλές ενδιάμεσες στάσεις.

Απλή Διαδρομή (One Way Trip): Είναι η διαδρομή που καθορίζεται μεταξύ τόπου αναχώρησης και τόπου προορισμού.

Διαδρομή με Επιστροφή (Round Trip / Aller-retour): Είναι η διαδρομή με την οποία ο επιβάτης επιστρέφει στον τόπο αναχώρησης.

Απ' Ευθείας Πτήση (Direct Flight): Η πτήση η οποία δεν απαιτεί από τον επιβάτη να αλλάξει αεροσκάφος, ακόμη και αν υπάρχουν ενδιάμεσοι σταθμοί.

Πτήση Μετεπιβίβασης (Connecting Flight): Όταν η πτήση του δρομολογίου του επιβάτη πραγματοποιείται με αλλαγή αεροσκάφους.

Διαμόρφωση (Configuration): Είναι η διαμόρφωση των θέσεων στο αεροσκάφος ανάλογα με την κατηγορία της θέσης.

Εκτιμώμενος Χρόνος Αφίξης (Estimated Time Of Arrival - ETA): Είναι ο χρόνος κατά τον οποίο εκτιμάται ότι το αεροσκάφος θα φθάσει στον προορισμό του.

Εκτιμώμενος Χρόνος Αναχώρησης (Estimated Time Of Departure - ETD): Είναι ο χρόνος κατά τον οποίο εκτιμάται ότι το αεροσκάφος θα αναχωρήσει για τον προορισμό του.

Κατηγορία Θέσεων (Class): Ο χώρος στο θάλαμο των επιβατών διαχωρίζεται με παροχή επιπλέον διευκολύνσεων-υπηρεσιών ως εξής:

- ✓ Πρώτη θέση (first class) με κωδικούς ανάλογους με τους τύπους των αεροσκαφών και τις αεροπορικές εταιρείες: R (για υπερηχητικές πτήσεις), P, F και A.
- ✓ Θέση για επιχειρηματίες (business class) με κωδικούς ανάλογους με τους τύπους των αεροσκαφών και τις αεροπορικές εταιρείες: J, C, D, I και Z.
- ✓ Οικονομική θέση (economy / coach class) με κωδικούς ανάλογους με τους τύπους των αεροσκαφών και τις αεροπορικές εταιρείες: W, S και Y.

Ασυνόδευτα Παιδιά (Unaccompanied Minor): Τα παιδιά τα οποία δεν συνοδεύονται από κάποιον ενήλικα και ταξιδεύουν αεροπορικώς.

Ωρα Γκρήνουιτς (Greenwich Mean Time - G.M.T.): Είναι η χρονική ζώνη η οποία χρησιμοποιείται ως θεωρητικό σημείο αναφοράς και ορίζεται από το γεωγραφικό μήκος 0°.

Ωρα Παγκόσμιων Συντεταγμένων (Universal Coordinated Time - U.C.T.): Είναι μία διαφορετική ονομασία του G.M.T.

Επίσημη (Βασική) Τοπική Ωρα (Standard Clock Time - S.C.T.): Είναι η τοπική ώρα που χαρακτηρίζει μία ορισμένη περιοχή της γης.

Θερινή Τοπική Ωρα (Dallying Saving Time - D.S.T.): Είναι η προσωρινή αλλαγή ώρας των διάφορων χωρών κατά μία ή περισσότερες ώρες τους θερινούς μήνες.

Γραμμή Αλλαγής Ημέρας (International Date Time): Είναι ο εκ διαμέτρου αντίθετος από το μεσημβρινό του G.M.T. Στο νοητό μεσημβρινό του Ειρηνικού Ωκεανού πάντοτε έχουμε αλλαγή ημερομηνίας και ημέρας, όταν η χρονική στιγμή, είναι η δωδέκατη νυκτερινή, γι' αυτό και θεωρείται νοητή γραμμή αλλαγής ημερομηνίας.

Αλφάβητο (Alphabet): Είναι ο παγκόσμιος φωνητικός κώδικας που χρησιμοποιείται για την προφορική επικοινωνία μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών και των υπηρεσιών εδάφους των διαφόρων χωρών.

A: Alfa	J: Juliet	S: Sierra
B: Bravo	K: Kilo	T: Tango
C: Charlie	L: Lima	U: Uniform
D: Delta	M: Mike	V: Victor
E: Echo	N: November	W: Whiskey
F: Foxtrot	O: Oscar	X: X-Ray
G: Golf	P: Papa	Y: Yankee
H: Hotel	Q: Quebec	Z: Zulu
I: India	R: Romeo	

Συντομογραφίες: Είναι διεθνώς αποδεκτές κωδικοποιημένες λέξεις για λόγους συντομίας, που χρησιμοποιούνται στους αεροπορικούς τίτλους.

Για τους μήνες:

Ιανουάριος (January): JAN
 Φεβρουάριος (February): FEB
 Μάρτιος (March): MAR
 Απρίλιος (April): APR
 Μάιος (May): MAY
 Ιούνιος (June): JUN
 Ιούλιος (July): JUL
 Αύγουστος (August): AUG
 Σεπτέμβριος (September): SEP
 Οκτώβριος (October): OCT
 Νοέμβριος (November): NOV
 Δεκέμβριος (December): DEC

Για την κατεύθυνση:

AT: Μέσω Ατλαντικού
 AP: Μέσω Ατλαντικού και Ειρηνικού
 FE: Ανάμεσα στη Μόσχα και στον Ειρηνικό
 EH: Ανατολικό ημισφαίριο
 PA/PF: Μέσω Ειρηνικού
 PO: Μέσω Βόρειου Πόλου
 SP: Μέσω Νότιου Πόλου
 TS: Μέσω Σιβηρίας και με απευθείας πτήσεις από Ευρώπη προς Ιαπωνία και Κορέα.
 WH: Δυτικό ημισφαίριο

Για τις ημέρες:

Δευτέρα (Monday): MON
 Τρίτη (Tuesday): TUE
 Τετάρτη (Wednesday): WED
 Πέμπτη (Thursday): THU
 Παρασκευή (Friday): FRI
 Σάββατο (Saturday): SAT
 Κυριακή (Sunday): SUN

Για τη γεωγραφική κατεύθυνση:

EB (Eastbound): Προς τα Ανατολικά
 NB (Northbound): Προς τα Βόρεια
 SB (Southbound): Προς τα Νότια
 WB (Westbound): Προς τα Δυτικά

2.4.3 Η Επιβατηγός Ναυτιλία

Ως **επιβατηγός ναυτιλία** χαρακτηρίζεται το σύνολο των εμπορικών πλοίων τα οποία είναι κατασκευασμένα για να μεταφέρουν επιβάτες, εμπορεύματα, μικροδέματα και αποσκευές, καθώς και τα πληρώματά τους.

2.4.3.1 Τα Χαρακτηριστικά και οι Ιδιαιτερότητες της Επιβατηγού Ναυτιλίας.

Η επιβατηγός ναυτιλία απευθύνεται σε άτομα που προορίζονται για συγκεκριμένο τόπο και διακρίνονται σε επιβάτες που χρησιμοποιούν το πλοίο ως συγκοινωνιακό μέσο και σε επιβάτες που χρησιμοποιούν το πλοίο για λόγους επαγγελματικούς, αναψυχής, κ.ά.

Τα τακτικά δρομολόγια επιβατηγών πλοίων ανάμεσα στα μεγάλα λιμάνια άρχισαν με ιστιοφόρα τα οποία αντικαταστάθηκαν με μηχανοκίνητα πλοία της γραμμής με την εξέλιξη της τεχνολογίας.

Στη χώρα μας η επιβατηγός ναυτιλία είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη λόγω των καλών καιρικών συνθηκών, της υπάρχουσας υποδομής, των νησιωτικών συμπλεγμάτων και της μακρόχρονης παράδοσης.

Στην επιβατηγό ναυτιλία περιλαμβάνονται πλοία και πλοίαρια που διακρίνονται σε:

- Ημερόπλοια, τα οποία περιλαμβάνουν τα πλοία της γραμμής, τα υδατοπτέρυγα, τα καταμαράν και τα οχηματαγωγά πλοία (ferry - boats). Τα ημερόπλοια χρησιμοποιούνται κυρίως ως συγκοινωνιακό μέσο: πραγματοποιούν μετακίνηση με συγκεκριμένη διαδρομή και σε συγκεκριμένο χρόνο χωρίς αυτό να αποκλείει τη χρησιμοποίησή τους και για λόγους τουρισμού, αναψυχής κ.ά.
- Κρουαζιερόπλοια, που χρησιμοποιούνται στις θαλάσσιες περιηγήσεις.
- Θαλαμηγά σκάφη (Yachts). Τα θαλαμηγά σκάφη, που διακρίνονται σε ιστιοπλοϊκά ή μηχανοκίνητα, περιλαμβάνονται και αυτά στην επιβατηγό ναυτιλία και χρησιμοποιούνται ως μέσο τέρψης και τουρισμού.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της επιβατηγού ναυτιλίας είναι:

- ✓ το μέγεθος και η πολυτέλεια των πλοίων,
- ✓ η θαλάσσια διαδρομή και
- ✓ ο ελλιμενισμός των πλοίων.

2.4.3.2 Οι Θαλάσσιες Περιηγήσεις - Κρουαζιέρες (Cruises)

Τα πιο πολυτελή επιβατηγά πλοία ήταν τα υπερωκεάνια, τα οποία πραγματοποιούσαν διηπειρωτικό διάπλου με συγκεκριμένα δρομολόγια. Όταν έκαναν την εμφάνισή τους τα αεροσκάφη, τα υπερωκεάνια παροπλίστηκαν λόγω της μικρότερης χρονικής διάρκειας του ταξιδιού. Εξέλιξη των υπερωκεανίων είναι τα πλοία που σήμερα πραγματοποιούν κρουαζιέρες.

Η **κρουαζιέρα (cruise)** ως οργανωμένο ταξίδι αναψυχής πραγματοποιείται κυρίως σε θαλάσσιο χώρο αλλά και σε πλωτά ποτάμια ή μεγάλες λίμνες. Στα πλαίσια του ταξιδιού αυτού οι επιβάτες συμμετέχουν σε μια ψυχαγωγική περιήγηση με προκαθορισμένους σταθμούς σε διάφορα λιμάνια.



ΕΙΚΟΝΑ 2.6: Από το Υπερωκεάνιο στο Κρουαζιερόπλοιο

Τα κρουαζιερόπλοια και τα θαλαμηγά σκάφη θεωρούνται ως αμιγής θαλάσσιος τουρισμός.

Μια κρουαζιέρα είναι ένα εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν και συνήθως περιέχει συνδυασμό των συστατικών στοιχείων ενός ταξιδιού, όπως την περιήγηση στη θάλασσα, τις υπηρεσίες διαμονής και διατροφής, τη διασκέδαση αλλά και επιπλέον υπηρεσίες, όπως οι ξεναγήσεις σε αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς χώρους στο εσωτερικό μιας χώρας, οι οποίες πωλούνται σε μια τιμή.

Επίσης μπορεί να περιέχει την αεροπορική ή χερσαία μεταφορά προς και από το σημείο αναχώρησης και σε μερικές περιπτώσεις το κατάλυμα πριν το ταξίδι με το κρουαζιερόπλοιο ή μετά την επιστροφή του τουρίστα-πελάτη.

Οι περισσότερες εταιρείες που πωλούν κρουαζιέρες πληρώνουν προμήθεια στα Τουριστικά Γραφεία.

Επειδή οι επιβάτες στα κρουαζιερόπλοια είναι ταξιδιώτες που επιδιώκουν ή αναζητούν την αναψυχή, η πώληση μιας κρουαζιέρας συγκρίνεται με την κράτηση ενός θέρετρου για διακοπές ή ενός τουριστικού ταξιδιού.



ΕΙΚΟΝΑ 2.7: Κρουαζιέρα Μικρής Χρονικής Διάρκειας

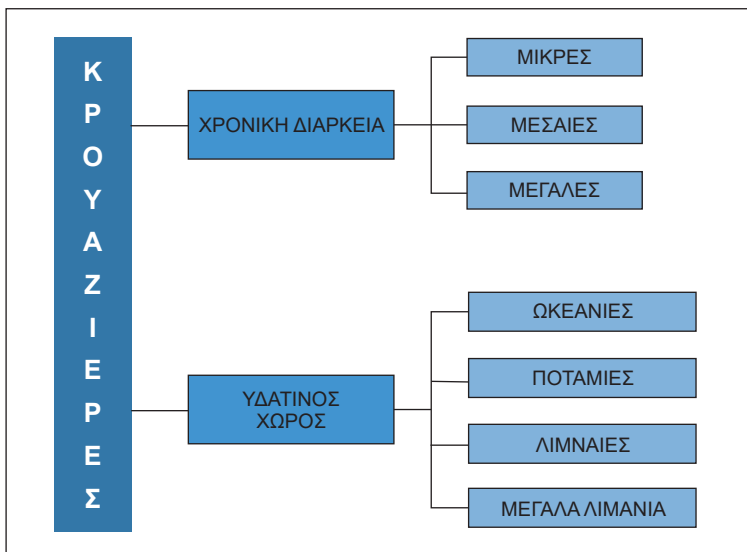
Μια συνηθισμένη τεχνική που παρουσιάζουν τα Τουριστικά Γραφεία προκειμένου να συστήσουν στους τουρίστες-πελάτες μια κρουαζιέρα, είναι να συγκρίνουν τη συνολική τιμή της κρουαζιέρας με τις διακοπές που θα πραγματοποιούσαν σ' ένα τουριστικό μέρος.

Επειδή στην κρουαζιέρα εμπεριέχονται τα συνδυασμένα κόστη της μεταφοράς, της διαμονής, της διατροφής, της διασκέδασης και άλλων υπηρεσιών, οι τουρίστες-πελάτες, που συνήθως είναι υψηλής εισοδηματικής στάθμης, συγκρίνουν ευνοϊκά το κόστος μιας κρουαζιέρας με το κόστος άλλων ειδών τουρισμού.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι κρουαζιέρες αποτελούν καλή πηγή εσόδων για τα Τουριστικά Γραφεία και βρίσκονται στην πρώτη σειρά των εσόδων τους σε σύγκριση με άλλους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως είναι οι αεροπορικές εταιρείες, τα τουριστικά καταλύματα και οι εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων.

Οι κρουαζιέρες διακρίνονται:

- ❖ Ανάλογα με τη χρονική διάρκειά τους σε:
 - ❖ **Μικρές**, οι οποίες διαρκούν από μερικές ώρες έως μερικές ημέρες (μονοήμερες, διήμερες και τριήμερες).
 - ❖ **Μεσαίες**, οι οποίες συνήθως διαρκούν από πέντε ημέρες έως δύο εβδομάδες.
 - ❖ **Μεγάλες**, οι οποίες συνήθως διαρκούν από τρεις εβδομάδες και περισσότερο. Υπάρχουν κρουαζιέρες που πραγματοποιούνται για δύο και τρεις μήνες.
- ❖ Ανάλογα με τον υδάτινο χώρο στον οποίο πραγματοποιούνται σε:
 - ❖ **Ωκεάνιες**, οι οποίες πραγματοποιούνται σε ανοικτές θάλασσες και χωρίζονται σε:
 - ✦ Κλασικές, που προσφέρουν ταξίδι αναψυχής, ξεκινούν και επιστρέφουν στο ίδιο λιμάνι με ενδιάμεσους σταθμούς.
 - ✦ “Αεροσκάφος και Κρουαζιερόπλοιο” (Fly Cruises), στις οποίες ο τουρίστας - πελάτης φτάνει στο λιμάνι επιβίβασης με αεροσκάφος από τον τόπο μόνιμης διαμονής του και αντίστροφα επιστρέφει μετά την ολοκλήρωση της κρουαζιέρας.
 - ✦ “Κρουαζιέρα και διαμονή”, στις οποίες ο τουρίστας - πελάτης διαμένει λίγες ημέρες σε ένα από τα λιμάνια σταθμούς.
 - ❖ **Ποτάμιες**, οι οποίες πραγματοποιούνται σε μεγάλα ποτάμια και η διάρκειά τους εξαρτάται από το μήκος του ποταμού. Το μέγεθος του ποταμού καθορίζει και το είδος του πλοίου. Π.χ. κρουαζιέρες στους ποταμούς Νείλο, Ρήνο, Μισισσιπή.
 - ❖ **Λιμναίες**, οι οποίες γίνονται σε μεγάλες λίμνες. Είναι μικρής χρονικής διάρκειας και πραγματοποιούν τον περίπλου της λίμνης. Π.χ. κρουαζιέρα στις λίμνες Λουγκάνο, Λωζάνης, Γενεύης κ.ά.
 - ❖ Σε **μεγάλα λιμάνια**, οι οποίες συνήθως διαρκούν λίγες ώρες, πραγματοποιούνται στο χώρο των λιμανιών και ο τουρίστας - πελάτης έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τον περιβάλλοντα χώρο του λιμανιού και τις πόλεις του. Π.χ. κρουαζιέρες σε λιμάνια όπως της Νέας Υόρκης, του Άμστερνταμ κ.α.



ΣΧΗΜΑ 2.12 Διακρίσεις Κρουαζιέρας

2.4.4 Ο Σιδηρόδρομος

Ο **σιδηρόδρομος** επιτυγχάνει μαζικές μεταφορές με τη μικρότερη ρύπανση στο περιβάλλον, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς, ενώ εξασφαλίζει άνεση, ασφάλεια και ταχύτητα κατά τη μεταφορά του τουρίστα-πελάτη.

Ιστορικά, ο σιδηρόδρομος καθιερώθηκε παγκόσμια στο τέλος του 19ου αιώνα.

Σήμερα, κατέχει σημαντική θέση στον κλάδο των μεταφορών επιβατών και εμπορευμάτων στις περισσότερες χώρες. Στην Ευρώπη και στις χώρες της Βόρειας Αμερικής κυκλοφορούν πολλά, άνετα και γρήγορα τρέινα.

Όμως ο σιδηρόδρομος από την πίεση του ανταγωνισμού των οδικών και αεροπορικών δικτύων έχει χάσει την κυρίαρχη θέση που κατείχε τον περασμένο αιώνα.

Στην Ευρώπη διακρίνονται τρεις (3) κατηγορίες τρένων όπως:

- Τρέινα τοπικά για κάλυψη τοπικών αναγκών όπως τη διαδρομή Λάρισα - Βόλος.
- Τρέινα υπερταχείες (express) που συνδέουν πόλεις και περιοχές που βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση ή μια από την άλλη.
- Τρέινα διεθνή (international) με υψηλές παροχές και ανέσεις που κυκλοφορούν όλο το 24ωρο. Αυτά είναι γνωστά με τα ονόματα EC: Eurocity, IC: Intercity και TEE: Trans Europe Express, EUROSTAR: το επιβατηγό τρένο υψηλών ταχυτήτων που συνδέει το Λονδίνο με το Παρίσι.

Ειδικότερα στη Γαλλία από το 1981 έγινε ένα πολύ μεγάλο βήμα για ταχύτερη σιδηροδρομική μεταφορά, καθώς παρουσιάστηκε ένα πολύ γρήγορο τρένο γνωστό ως TGV, από τα αρχικά των λέξεων Trains à Grande Vitesse (τρένο μεγάλης ταχύτητας).

Ο τουρισμός με σιδηρόδρομο πραγματοποιείται σήμερα σε πολλές χώρες, ειδικά εκεί όπου υπάρχει αναπτυγμένο δίκτυο και ιδιαίτερα δίκτυο που βρίσκεται μέσα σε περιοχές που χαρακτηρίζονται ως τουριστικοί προορισμοί π.χ. χιονοδρομικά κέντρα των Άλπεων.

Με τη χρήση δε υπερσύγχρονων συρμών που εξασφαλίζουν ακρίβεια στο χρόνο ταξιδιού, άνεση και χαμηλό κόστος παρέχονται υπηρεσίες υψηλού επιπέδου.

Λόγω του χαμηλού κόμιστρου σε σχέση με τα υπόλοιπα ταξιδιωτικά μέσα μαζικής μεταφοράς το μεγαλύτερο ποσοστό του τουριστικού επιβατικού κοινού είναι νέοι που κάνουν χρήση της κάρτας interail. Η κάρτα interail έχει διάρκεια τουλάχιστον ενός μήνα, για απεριόριστα χιλιόμετρα, για δρομολόγια εσωτερικού και εξωτερικού.



ΣΧΗΜΑ 2.8: Σιδηρόδρομος

2.4.5 Τα Τουριστικά Λεωφορεία

Το πιο διαδεδομένο χερσαίο μεταφορικό μέσο για τους τουρίστες είναι το **τουριστικό λεωφορείο**. Οι τουρίστες χρησιμοποιούν το τουριστικό λεωφορείο ως μέσο μεταφοράς από την εμφάνιση του μαζικού τουρισμού (mass tourism) στις αρχές των δεκαετιών του '60 και '70, εξαιτίας του χαμηλού κόστους σε σχέση με το αεροπλάνο.

Στις μετακινήσεις, τα τουριστικά λεωφορεία επιτελούν τις ακόλουθες λειτουργίες:

- Πραγματοποιούν εκδρομές εσωτερικού και εξωτερικού.
- Πραγματοποιούν τουριστικές περιηγήσεις πόλεων κατά την ημέρα και τη νύχτα στα διάφορα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος (tour, sightseeing, by night).
- Μεταφέρουν τουρίστες από αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικούς σταθμούς σε ξενοδοχεία ή άλλα καταλύματα και αντιστρόφως (transfer). Η ιδιαίτερη αυτή υπηρεσία, που παρέχει το Τουριστικό Γραφείο στους τουρίστες του, αφορά συνήθως οργανωμένες ομάδες.
- Πραγματοποιούν τη μεταφορά λουομένων.
- Μεταφέρουν αλλοδαπούς τουρίστες μέσα στη χώρα μας για λογαριασμό ξένων Τουριστικών Γραφείων.

Παράλληλα με το τουριστικό τους έργο, τα τουριστικά λεωφορεία μισθώνονται από επιχειρήσεις και οργανισμούς για να μεταφέρουν προσωπικό, μαθητές, μέλη σωματείων ή συλλόγων κ.τ.λ.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι γραμμές τύπου “σαΐτα” (express), που αφορούν τη μεταφορά με παράλληλες μεταβάσεις και επιστροφές από την ίδια αφετηρία στον ίδιο προορισμό, συγκεκριμένων ομάδων τουριστών-πελατών που έχουν συγκροτηθεί εκ των προτέρων.

Υπάρχουν διάφορα μοντέλα τουριστικών λεωφορείων ανάλογα με τον αριθμό των θέσεων των επιβατών. Ο πιο συνηθισμένος τύπος τουριστικού λεωφορείου είναι αυτός των 50 θέσεων και προτιμάται από τα περισσότερα Τουριστικά Γραφεία.



ΕΙΚΟΝΑ 2.9: Τουριστικά Λεωφορεία

Όταν υπάρχουν μετακινήσεις μεμονωμένων τουριστών (individuals) που φθάνουν σε κάποιο αεροδρόμιο και χρειάζεται να μεταφερθούν στο ξενοδοχείο τους, τότε το Τουριστικό Γραφείο είτε χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες ταξί, τα οποία έχει νοικιάσει είτε χρησιμοποιεί το δικό του υπάλληλο (transferman), ο οποίος αναζητεί ταξί (από την ελεύθερη αγορά) για να επιβιβάσει τους τουρίστες και να τους μεταφέρει στο μέρος στο οποίο επιθυμούν να διαμείνουν.

2.4.6 Άλλες Περιπτώσεις

Άλλες περιπτώσεις τουριστικής μεταφοράς είναι:

- ❖ Πέρα από τα κρουαζιερόπλοια υπάρχουν ορισμένες άλλες επιλογές υδάτινης μεταφοράς για τους ταξιδιώτες. Οι επιλογές αυτές περιλαμβάνουν τα ιστιοφόρα, τα ταξίδια με ποταμόπλοια, τις φορτηγίδες και τα πλωτά σπίτια.

- ❖ **Ιστιοφόρα.**

Οι κρουαζιέρες με ιστιοφόρα προσφέρονται από Τουριστικά Γραφεία και απευθύνονται σε μικρό μέρος της τουριστικής αγοράς. Διαθέτουν πολυτελείς καμπίνες που μπορούν να φιλοξενήσουν αρκετούς επιβάτες. Πέρα από τα ιστία, τα σκάφη διαθέτουν και πετρελαιοκινητήρες.



- ❖ **Ποταμόπλοια.**

Τα ποταμόπλοια αποτελούν ένα δημοφιλή τρόπο μετακίνησης. Τα ποταμόπλοια διαθέτουν καμπίνες πολυτελείας, εστιατόρια και προσφέρουν μεγάλη ψυχαγωγία στους επιβαίνοντες σε αυτά.

- ❖ **Φορτηγίδες.**

Οι φορτηγίδες είναι μεγάλα και ευρύχωρα σκάφη με κομψή επίπλωση και διακόσμηση για μεταφορά επιβατών σε ποτάμια ή κανάλια. Οι φορτηγίδες των ποταμών κινούνται με ελάχιστη ταχύτητα και μεταφέρουν λιγοστούς επιβάτες.

- ❖ **Πλωτά σπίτια.**

Τα πλωτά σπίτια ενοικιάζονται συνήθως σε εβδομαδιαία βάση, σε διάφορους ποταμούς και μεγάλες λίμνες. Προσφέρουν όλες τις ανέσεις, ενώ είναι πολύ δημοφιλή για οικογενειακές διακοπές. Τα περισσότερα κατασκευάζονται πάνω σε φορτηγίδες με επίπεδο πυθμένα για να προ-

ΕΙΚΟΝΑ 2.10: Ιστιοφόρο

σφέρουν σταθερότητα και συνήθως περιλαμβάνουν μια μεγάλη καμπίνα με κουζίνα και ξεχωριστούς χώρους ύπνου και διαμονής.

- ❖ Επίσης, πέρα από τις μετακινήσεις με τουριστικά λεωφορεία και τις υπηρεσίες ταξί υπάρχουν ορισμένες άλλες επιλογές οδικής μεταφοράς, όπως τα ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, οι λιμουζίνες και τα ταξίδια με ποδήλατο.

❖ **Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα (car rental, rent a car, car hire).**

Οι εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων ενοικιάζουν σε πελάτες αυτοκίνητα, τα οποία μπορεί να είναι ιδιόκτητα ή όχι. Οι εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων διαθέτουν συνήθως τρία τμήματα εκμετάλλευσης:

- ✦ Τμήμα εταιρικών μισθώσεων, οι οποίες αφορούν ενοικιάσεις αυτοκινήτων σε επιχειρήσεις, επειδή προτιμούν να ενοικιάζουν αυτοκίνητα αντί να αγοράζουν δικά τους.
- ✦ Τμήμα μισθώσεων σε Τουριστικά Γραφεία, οι οποίες αφορούν περιπτώσεις κατά τις οποίες ένα Τουριστικό γραφείο ζητά για λογαριασμό του τουρίστα-πελάτη του ένα αυτοκίνητο.
- ✦ Τμήμα ελεύθερων μισθώσεων, δηλαδή μισθώσεις αυτοκινήτων για περιορισμένο χρονικό διάστημα, άμεσα σε τουρίστες-πελάτες.

Οι τουρίστες-πελάτες έχουν τη δυνατότητα να ενοικιάσουν αυτοκίνητο μέσω του Τουριστικού Γραφείου (ή μιας διεθνούς αλυσίδας ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων) σε διεθνή αεροδρόμια, σε μεγάλα ξενοδοχεία ή στον τόπο προορισμού τους. Επίσης, έχουν δυνατότητα να ενοικιάσουν το αυτοκίνητο σε μία περιοχή και να το παραδώσουν σε άλλη ή να ενοικιάσουν το αυτοκίνητο με οδηγό.

❖ **Πολυτελή αυτοκίνητα - Λιμουζίνες.**

Οι λιμουζίνες εξυπηρετούν μια μικρή κατηγορία τουριστών-πελατών, οι οποίοι συνήθως είναι υψηλής οικονομικής στάθμης. Η πιο συχνή μετακίνησή τους πραγματοποιείται από αεροδρόμια σε καταλύματα και αντιστρόφως, ύστερα από συνεννόηση των Τουριστικών Γραφείων που έρχονται σε επαφή με τις εταιρείες πολυτελών αυτοκινήτων για λογαριασμό των τουριστών-πελατών.

❖ **Εναέρια βαγόνια και οδοντωτός σιδηρόδρομος (téléférique - funiculaire).**

Στα μέσα μεταφοράς των τουριστών-πελατών μπορούμε να προσθέσουμε τα εναέρια βαγόνια (teleferique) και τους οδοντωτούς σιδηρόδρομους (funiculaire), τα οποία διατρέχουν μικρές μεν αποστάσεις αλλά χρησιμοποιούνται σε δύσβατες, επικίνδυνες και επίπονες διαδρομές.



ΕΙΚΟΝΑ 2.11: Εναέρια Βαγόνια

2.5 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ

Μια από τις δραστηριότητες των Τουριστικών Γραφείων, η οποία αποτελεί γι' αυτά σημαντική πηγή εσόδων, είναι η **κράτηση θέσεων** και η **έκδοση εισιτηρίων** στα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Σήμερα οι κρατήσεις θέσεων και η έκδοση εισιτηρίων στα μέσα μαζικής μεταφοράς πραγματοποιούνται με σύγχρονα συστήματα πωλήσεων. Οι δυνατότητες εξυπηρέτησης του τουρίστα - πελάτη είναι πλέον απεριόριστες με τις εφαρμογές της πληροφορικής και των συστημάτων κράτησης στο χώρο αυτό, με αποτέλεσμα τα λάθη να περιορίζονται και η διόρθωσή τους να είναι ευκολότερη. Η εργασία αυτή εμφανίζει ιδιαιτερότητα, γι' αυτό τα άτομα που ασχολούνται με τις κρατήσεις θέσεων και την έκδοση εισιτηρίων (ticketing) πρέπει να έχουν εξειδίκευση και καλή επαγγελματική κατάρτιση.

Τα Τουριστικά Γραφεία με την κράτηση θέσεων και την έκδοση εισιτηρίων ουσιαστικά μεταπωλούν υπηρεσίες που παρέχουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Το Τουριστικό Γραφείο παίρνει από τις αεροπορικές και τις ακτοπλοϊκές εταιρείες καθώς και από τον Ο.Σ.Ε. μια συγκεκριμένη ποσότητα εισιτηρίων, την οποία χρεώνεται και την χρησιμοποιεί ως απόθεμα (stock). Όταν το απόθεμά του εξαντληθεί, παίρνει καινούρια ποσότητα εισιτηρίων. Όλα τα εισιτήρια

χρησιμοποιούνται από το Τουριστικό Γραφείο κατά αύξοντα αριθμό, ενώ η ακύρωση ή η λανθασμένη συμπλήρωση σημειώνεται επάνω στο εισιτήριο με την ένδειξη ΑΚΥΡΟ (VOID).

Οι τιμές πώλησης των εισιτηρίων καθορίζονται από τις μεταφορικές εταιρείες. Σ' αυτές περιλαμβάνεται και η αμοιβή του Τουριστικού Γραφείου, η οποία διαφοροποιείται ανάλογα με το μεταφορικό μέσο.

Η αμοιβή του Τουριστικού Γραφείου είναι ένα ποσοστό προμήθειας επί της συγκεκριμένης τιμής του εισιτηρίου στην αντίστοιχη μεταφορική εταιρεία. Γι' αυτό και χρειάζεται μεγάλη προσοχή στη διαχείριση των εισιτηρίων με τακτικές και σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα εκκαθαρίσεις και καταμετρήσεις των αποθεμάτων τους. Το Τουριστικό Γραφείο παρακρατεί το συνολικό ποσό των προμηθειών που του αναλογούν από τις πωλήσεις εισιτηρίων και το υπόλοιπο ποσό το αποδίδει στις μεταφορικές εταιρείες.

2.5.1 Το Αεροπορικό Εισιτήριο

Το **αεροπορικό εισιτήριο** είναι ένας αεροπορικός τίτλος ο οποίος περιέχει τους όρους της σύμβασης μεταξύ του επιβάτη και της αεροπορικής εταιρείας για την αερομεταφορά του πρώτου. Επίσης, περιέχει τις απαραίτητες πληροφορίες για το συγκεκριμένο δρομολόγιο του επιβάτη.

Μέσα στην έννοια του αεροπορικού εισιτηρίου περιλαμβάνεται:

- ✓ το εισιτήριο του επιβάτη και
- ✓ το δελτίο αποσκευών.

2.5.1.1 Η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών

Η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών (International Air Transport Association - IATA) είναι ένας διεθνής οργανισμός με ρόλο εποπτικό και ρυθμιστικό για τις διεθνείς αερομεταφορές.

Βασικός στόχος της IATA είναι η εξασφάλιση για τους επιβάτες, σε διεθνές επίπεδο, των σταθερών ποιοτικών και ποσοτικών αεροπορικών υπηρεσιών, σε όλες τις αεροπορικές εταιρείες. Επίσης, έχει ως στόχο την απλή και οικονομική μεταφορά επιβατών και αγαθών με οποιοδήποτε συνδυασμό διαδρομών μέσω του διεθνούς αεροδικτύου. Γι' αυτό έχει θεσπίσει:

- κανονισμούς αερομεταφοράς,
- ειδικούς κωδικούς πόλεων, αεροδρομίων, αεροπορικών εισιτηρίων κ.ά.,
- παγκόσμιες γεωγραφικές περιοχές, οι οποίες είναι:
 - 1η περιοχή: Αμερική,
 - 2η περιοχή: Ευρώπη, Αφρική και Μ. Ανατολή,
 - 3η περιοχή: Ασία, Ωκεανία,
- τρόπους εναέριας κυκλοφορίας (και κυκλοφορίας εδάφους),
- εκπαίδευση σε θέματα αερομεταφορών.

Η IATA έχει θεσπίσει την τυποποίηση των εισιτηρίων και τον έλεγχο των αποσκευών, για να είναι με αυτόν τον τρόπο δυνατή η μεταβίβαση κρατήσεων και η σύνδεση των δρομολογίων των αεροπορικών εταιρειών.

Ο κανονισμός της IATA, όπως έχει αρχικά συνταχθεί στις 12-10-1929 στη Βαρσοβία και όπως έχει τροποποιηθεί στις 28-9-1955 στη Χάγη, ισχύει για τα μέλη της, που είναι οι περισσότερες αεροπορικές εταιρείες του κόσμου.

2.5.1.2 Η Έκδοση του Αεροπορικού Εισιτηρίου

Το αεροπορικό εισιτήριο εκδίδεται από τις αεροπορικές εταιρείες ή από το Τουριστικό Γραφείο τα οποία είναι συμβεβλημένα με την IATA.

Η IATA, ως εποπτικό όργανο των αερομεταφορών, έχει στη δικαιοδοσία της την έγκριση ή μη της άδειας για την έκδοση αεροπορικών τίτλων, εκτός από τις αεροπορικές εταιρείες και στα Τουριστικά Γραφεία. Για να δοθεί αυτή η έγκριση στο Τουριστικό Γραφείο, μετά από αίτησή του, προηγείται μία δοκιμαστική φάση κατά την οποία η IATA ελέγχει το ύψος των πωλήσεων του Τουριστικού Γραφείου. Παραχωρεί έναν συγκεκριμένο αριθμό εισιτηρίων, ο οποίος πρέπει να διατεθεί σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Παράλληλα, απαιτείται να διαθέτει το Τουριστικό Γραφείο έναν τουλάχιστον υπάλληλο, ο οποίος θα έχει περάσει με επιτυχία από το ειδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα κρατήσεων και εκδόσεων εισιτηρίων και λοιπών αεροπορικών τίτλων της IATA. Μετά τη δοκιμαστική φάση η IATA αντίστοιχα εγκρίνει ή απορρίπτει την αίτηση για άδεια έκδοσης αεροπορικών τίτλων στο Τουριστικό Γραφείο, δίνοντας το μοναδικό εκείνο κωδικό αριθμό, καθώς και το δικαίωμα αναγραφής στις μπροσούρες του Τουριστικού Γραφείου του ειδικού σήματός της, που δηλώνει ότι είναι εγκεκριμένο από την IATA για πώληση αεροπορικών εισιτηρίων των εταιρειών που ανήκουν σε αυτήν.

Το αεροπορικό εισιτήριο ισχύει για το δίκτυο της αεροπορικής εταιρείας που έχει πραγματοποιήσει την έκδοσή του αλλά και για τα δίκτυα άλλων αεροπορικών εταιρειών, γι' αυτό η γραμμογράφησή του είναι πανομοιότυπη σε όλες τις αεροπορικές εταιρείες διεθνώς.

Η έκδοση του αεροπορικού εισιτηρίου προϋποθέτει πολύ καλή γνώση της παγκόσμιας γεωγραφίας, των κανόνων της IATA, ειδικών τεχνικών και διαδικασιών και της κωδικοποιημένης γλώσσας που έχει θεσπίσει και αφορά:

- ✓ Ονομασίες πόλεων, με τη χρήση τριγράμματος κωδικού, ο οποίος προέρχεται, συνήθως, από τα γράμματα της πόλεως στα Λατινικά π.χ. Αθήνα (Athens): ATH, Τζέντα (Jeddah): JED, Τόκυο (Tokyo): TYO, Θεσσαλονίκη (Thessaloniki): SKG κ.τ.λ.
- ✓ Ονομασίες αερολιμένων, με τη χρήση τριγράμματος κωδικού σε περιπτώσεις κατά τις οποίες μία πόλη εξυπηρετείται από περισσότερους του ενός αερολιμένες π.χ. το Μιλάνο εξυπηρετείται από τον αερολιμένα Linate: LIN και από τον αερολιμένα Malpensa: MAL, το Λονδίνο εξυπηρετείται από τον αερολιμένα Heathrow: LHR, τον αερολιμένα Gatwick: LGW, τον αερολιμένα Stansted: STN κ.τ.λ.

- ✓ Ονομασίες κρατών, με τη χρήση διγράμματος κωδικού ο οποίος συνήθως προέρχεται από τα γράμματα της ονομασίας του κράτους που χρησιμοποιείται παγκοσμίως π.χ. Ελλάς - Greece: GR, Γερμανία - Deutschland: DE, Ολλανδία - Netherlands: NL, Μονακό - Monaco: MC.
- ✓ Αεροπορικές εταιρείες, με τη χρήση διγράμματος κωδικών οι οποίοι, συνήθως, προέρχονται από τα αρχικά της ονομασίας της αεροπορικής εταιρείας. Κατά τις τελευταίες δεκαετίες η αύξηση των ιδιωτικών κυρίως αεροπορικών εταιρειών, η απελευθέρωση των αερομεταφορών σε χώρες όπως η Κίνα και ο διαχωρισμός των κρατών του τέως ανατολικού μπλοκ, της Σοβιετικής Ένωσης, της Γιουγκοσλαβίας κ.ά. δημιούργησαν την ανάγκη εύρεσης νέων κωδικών, αφού οι διγράμματοι πλέον δεν επαρκούσαν, ενώ η αλλαγή σε τριγράμματος κωδικούς ή η χρήση ειδικών συμβόλων όπως *, !, ? κ.τ.λ. απερρίφθησαν από την IATA, λόγω της δυσχρηστίας τους ή λόγω του τεράστιου κόστους αλλαγής στο σύστημα CRS. Έτσι - προς το παρόν τουλάχιστον - υιοθετήθηκε η χρήση αλφαριθμητικών κωδικών (T6, E2) ή αριθμαλφατικών κωδικών (2T, 6Y).
Εκτός από τους προαναφερθέντες κωδικούς κάθε αεροπορική εταιρεία χρησιμοποιεί και έναν τριψήφιο κωδικό, ο οποίος εγγράφεται σε όλους τους αεροπορικούς τίτλους και χαρακτηρίζει τον αριθμό εγγραφής της αεροπορικής εταιρείας στην IATA (IATA Form Number) π.χ. Ολυμπιακή Αεροπορία (Olympic Airways): OA / 050, Scandinavian Airline System (S.A.S.): SK / 117, Iberia: IB / 075, Canada 3000 Airline: 2T / 570, Trinity Air Bahamas: T6 / 537, κ.τ.λ.
- ✓ Διαδικασίες, χαρακτηρισμούς επιβατών, υπηρεσιών, καθώς και μια πληθώρα άλλων κωδικοποιημένων στοιχείων, που συνεχώς εμπλουτίζονται και αποτελούν φράσεις “κλειδιά” για όσους ασχολούνται με το αεροπορικό εισιτήριο και τη γενικότερη “αεροπορική βιομηχανία”.

Οι τιμές των εισιτηρίων καθορίζονται από την κάθε αεροπορική εταιρεία, όπως επίσης και η πολιτική εκπτώσεων επί των τιμών τους. Συνήθως εκπτώσεις γίνονται σε ΑΜΕΑ, σε παιδιά (2 έως 12 ετών) και στα οικογενειακά εισιτήρια. Το αεροπορικό εισιτήριο είναι ονομαστικός τίτλος και δε μεταβιβάζεται σε άλλο πρόσωπο. Αντίθετα, μπορεί να μεταβιβαστεί σε άλλη αεροπορική εταιρεία.

Όλες οι πληροφορίες που αφορούν τις τιμές των εισιτηρίων και των δρομολογίων των αεροπορικών εταιρειών περιλαμβάνονται στο εγχειρίδιο “Passenger Air Tariff”.

Από όλα τα μέσα μαζικής μεταφοράς, το αεροπλάνο ήταν το πρώτο μεταφορικό μέσο για την έκδοση εισιτηρίων του οποίου χρησιμοποιήθηκε ο Η/Υ και αναπτύχθηκε ένα διεθνές σύστημα κράτησης (Computerized Reservation System - CRS) για όλες τις αεροπορικές εταιρείες IATA.

Το CRS αντικατέστησε τη χειρόγραφη έκδοση των αεροπορικών εισιτηρίων και διευκόλυνε τους χρήστες, παρ'όλο που γενικά βασίζεται στις ίδιες αρχές και διαδικασίες του χειρόγραφου συστήματος.

2.5.1.3 Η Κράτηση και η Έκδοση Αεροπορικού Εισιτηρίου με Χρήση CRS - GDS

Η έκδοση εισιτηρίου γίνεται είτε χειρόγραφα είτε με **Συστήματα Κράτησης Θέσης μέσω Ηλεκτρονικού Υπολογιστή (Computerized Reservation Systems - CRS)**. Μέχρι πρόσφατα τα αεροπορικά εισιτήρια εκδίδονταν χειρόγραφα από τα Τουριστικά Γραφεία. Σήμερα η κράτηση και η έκδοση γίνονται εντελώς αυτόματα με τη βοήθεια των Η/Υ. Τη δεκαετία του '70 τα Συστήματα Κράτησης μέσω Η/Υ έγιναν από τα σημαντικότερα εργαλεία για την αναβάθμιση της λειτουργίας των Τουριστικών Γραφείων.

Το Σύστημα Κράτησης μέσω Η/Υ - CRS περιέχει βασικές ταξιδιωτικές πληροφορίες, όπως τις αεροπορικές πτήσεις και τους ναύλους, τις τιμές των δωματίων των τουριστικών καταλυμάτων και τις τιμές των ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων.

Ο όρος Computerized Reservation System - CRS χρησιμοποιείται κυρίως για να περιγράψει το Σύστημα Κρατήσεων μέσω Η/Υ μιας αεροπορικής εταιρείας. Είναι ένα σύστημα αμφίδρομης επικοινωνίας των Τουριστικών Γραφείων με τις τουριστικές επιχειρήσεις βασισμένο στην τεχνολογία των Windows. Συνιστά ένα δυναμικό τρόπο διαχείρισης των αναγκών του τουρίστα - πελάτη καθώςον είναι δυνατή η άμεση ενημέρωση από διαρκώς ανανεούμενες βάσεις δεδομένων των εταιρειών που συμμετέχουν στο σύστημα.

Τα βασικά πλεονεκτήματα που προκύπτουν από τη χρήση του Συστήματος Κράτησης μέσω Η/Υ για ένα Τουριστικό Γραφείο είναι:

- ✓ η πληροφόρηση άμεσα και έγκυρα,
- ✓ η λειτουργικότητα του Συστήματος,
- ✓ η ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα - πελάτη, ο οποίος επιλέγει με ταχύ διάφορων εναλλακτικών λύσεων για αεροπορικά δρομολόγια και για τιμές εισιτηρίων.

Στο τέλος της δεκαετίας του '80, οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρείες, για να αντιμετωπίσουν τα αμερικάνικα συστήματα CRS, προσπάθησαν να δημιουργήσουν ένα ευρωπαϊκό σύστημα διανομής (Distribution System) με δυνατότητα να καλύψει την παγκόσμια ταξιδιωτική πρακτόρευση. Το σύστημα αυτό που θα συνέδεε όλα τα Τουριστικά Γραφεία και τις αεροπορικές εταιρείες σε όλα τα μέρη του κόσμου, ονομάστηκε **Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής (Global Distribution System - GDS)** και θα λειτουργούσε ως ένα υπερσύστημα που θα συνέδεε τα διάφορα CRS των αεροπορικών εταιρειών και θα υποστήριζε όλες τις λειτουργίες τους.

Η δημιουργία του GDS δεν κατέστη δυνατή. Αντί αυτού δημιουργήθηκαν δύο συστήματα διανομής το AMADEUS και το GALILEO.

Σήμερα, στον ελληνικό τουριστικό χώρο λειτουργεί το σύστημα GALILEO από την εταιρεία "GALILEO HELLAS", η οποία είναι θυγατρική της Ολυμπιακής Αεροπορίας. Η εταιρεία "GALILEO HELLAS" παρέχει υπηρεσίες σύνδεσης των Τουριστικών Γραφείων με το διεθνές Σύστημα Κρατήσεων προσφέροντας

πλήρεις υπηρεσίες CRS. Επίσης, αναλαμβάνει τη διαχείριση και την υποστήριξη του Συστήματος και την εκπαίδευση των χρηστών.

Άλλα Συστήματα Κράτησης CRS είναι το SAMBRE, το WORLD SPAN, το APOLLO, κ.ά.

2.5.1.4 Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση του Αεροπορικού Εισιτηρίου

Το **έντυπο** του αεροπορικού εισιτηρίου διαχωρίζεται σε δύο μέρη.

Το πρώτο μέρος αποτελείται από: (1) το εμπροσθόφυλλο, στο οποίο επικολλούνται αυτοκόλλητα (sticker) του ελέγχου των αποσκευών και (2) τις ευθύνες των επιβατών του εξωτερικού, όσον αφορά τα χαρακτηρισμένα ως επικίνδυνα αντικείμενα και υλικά στις αποσκευές, τις χρεώσεις, τα τέλη και τους κυβερνητικούς φόρους και τους λόγους άρνησης του αερομεταφορέα για μεταφορά, όταν υπάρχουν υπεράριθμες κρατήσεις.

Το δεύτερο μέρος αποτελείται από τέσσερα (4) φύλλα (coupons) και το οπισθόφυλλο, τα οποία έχουν καρμπονιζέ χαρτί, ώστε να συμπληρώνεται μόνο το πρώτο και χρησιμοποιούνται ως εξής:

- ✓ Το πρώτο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Agent Coupon” (Φύλλο Πρακτορείου), κρατείται από το Τουριστικό Γραφείο ή την αεροπορική εταιρεία ως στέλεχος για την αρχειοθέτηση.
- ✓ Το δεύτερο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Auditors Coupon” (Φύλλο Ελέγχου), κρατείται από το Τουριστικό Γραφείο ή την αεροπορική εταιρεία ως στοιχείο πώλησης και για την απόδοση των φόρων και των προμηθειών. Το Auditors Coupon επισυνάπτεται στην Κατάσταση Πωλήσεων (Sales Report) και αποστέλλεται για τη λογιστική εκκαθάριση μέσω του **Συστήματος Διατραπεζικής Εκκαθάρισης (Bank Settlement Plan -BSP)**.
- ✓ Το τρίτο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Flight Coupon” (Φύλλο Πτήσης), αποτελείται από τέσσερις (4) σελίδες με τα ίδια πεδία. Η καθεμία σελίδα χρησιμοποιείται για μία διαδρομή και κρατείται από τον αερομεταφορέα κατά τον έλεγχο και την επιβίβαση του επιβάτη.
- ✓ Το οπισθόφυλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Passenger Coupon” (Φύλλο Επιβάτη) το οποίο περιέχει συνολικά όλη τη διαδρομή, κρατείται από τον επιβάτη.

Η γραμμογράφηση του αεροπορικού εισιτηρίου περιέχει πεδία τα οποία συμπληρώνονται ως εξής:

1. Εκδότης - Issued by
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η επίσημη ονομασία της αεροπορικής εταιρείας π.χ. Olympic Airways, Lufthansa, κ.τ.λ. η οποία διαθέτει το εισιτήριο προς πώληση στην αγορά (τουρίστες-πελάτες ή Τουριστικά Γραφεία, κ.τ.λ.).
2. Πολλαπλό-Διαδοχικό ή Συνδεδεμένο Εισιτήριο - Conjunction Tickets
Αυτό το πεδίο χρησιμοποιείται όταν στο όνομα του επιβάτη εκδίδονται περισσότερα του ενός έντυπα εισιτηρίων για περισσότερες από τέσσερις δια-

δρομές που θέλει να πραγματοποιήσει. Στο πεδίο συμπληρώνεται ο αύξων αριθμός των υπόλοιπων εισιτηρίων.

3. Περιορισμοί / Οπισθογραφήσεις - Endorsements / Restrictions

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνονται ειδικές πληροφορίες σχετικές με τη χρήση του εισιτηρίου ή κάποιου από τα επιμέρους "κουπόνια", π.χ. "παραχώρηση" δικαιώματος από μία αεροπορική εταιρεία σε άλλη για την πραγματοποίηση του ταξιδιού, περιορισμοί (όπως "δεν επιστρέφονται χρήματα", "δεν επιτρέπονται αλλαγές", "όλο το ταξίδι πρέπει να έχει ολοκληρωθεί πριν από τα μεσάνυχτα 25 Μαρτίου 20.."), πληροφορίες για συνδυασμούς φόρων, ποσά επιπλέον χρέωσης κ.τ.λ.

Επίσης, το πεδίο αυτό χρησιμεύει για να συμπληρώνονται (σε συνδυασμό με τις πληροφορίες υπολογισμού ναύλου που συμπληρώνονται σε άλλο πεδίο) οι αντιστοιχίες μεταξύ διαφορετικών νομισμάτων, χωρών που "εμπλέκονται" στον υπολογισμό της τιμής του εισιτηρίου π.χ. bankers' rate 1 USD = CHF 1,48052.

4. Ημερομηνία Έκδοσης - Date of Issue

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ημερομηνία έκδοσης του εισιτηρίου. Στο ίδιο πεδίο αναφέρεται ότι με το συγκεκριμένο εισιτήριο επιβάτη και ελέγχου αποσκευών (Passenger ticket and baggage check) υπάρχει ένα συμβόλαιο (Subject Conditions of Contract in this Ticket). Επίσης, αναφέρεται ότι το εισιτήριο έχει σχέση με το Τραπεζικό Σύστημα Εκκαθάρισης (Bank Settlement Plan - BSP) της IATA.

5. Όνομα Επιβάτη - Passenger Name

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το επίθετο του επιβάτη, το αρχικό γράμμα του μικρού του ονόματος καθώς και ο τίτλος του π.χ. MR για κυρίους, MRS για κυρίες, CHD για παιδιά από 2 έως 12 ετών, DR για διδάκτορες, κ.τ.λ. Σε περιπτώσεις ατόμων που εμφανίζουν ιδιαιτερότητες συμπληρώνεται η κατάσταση του ατόμου μετά το όνομά του π.χ. PAPPAS K. MR SP (επιβάτης με αναπηρική καρέκλα), WHITE R CHD UN (Unaccompanied Minors: ασυνόδευτο παιδί). Στην ίδια ένδειξη αναφέρεται ότι το αεροπορικό εισιτήριο είναι προσωπικό και "Δεν μεταβιβάζεται - Not Transferable".

6. Προς - To

Σ' αυτά τα πεδία και σε καθεμία σειρά χωριστά συμπληρώνεται ολογράφως η πόλη αναχώρησης και προορισμού του επιβάτη. Σε περιπτώσεις όπου υπάρχουν περισσότεροι του ενός αερολιμένες για προσγείωση, συμπληρώνεται ο κωδικός του αερολιμένα. Π.χ. για τη διαδρομή Αθήνα - Παρίσι - Αθήνα με προορισμό τον αερολιμένα Charles De Gaulle η συμπλήρωση είναι η εξής: ATHENS - PARIS (CDG) - ATHENS. Σε περίπτωση κατά την οποία ο επιβάτης πραγματοποιήσει μόνο μία (1) διαδρομή, οι υπόλοιπες σειρές προορισμών ακυρώνονται με τη συμπλήρωση της λέξης AKYPO (VOID), γι' αυτό το συγκεκριμένο πεδίο αναφέρει και τη φράση "Δεν ισχύει για Ταξίδι Από - Not Good For Passage From". Στο Passenger Coupon

εμφανίζεται συνολικά όλη η διαδρομή π.χ. ATHENS - PARIS - ATHENS, ενώ στο Flight Coupon η διαδρομή εμφανίζεται αντίστοιχα σε καθεμία από τις τέσσερις σελίδες που περιέχει, ενώ οι υπόλοιπες ακυρώνονται και επισυνάπτονται στο Audit Coupon. Π.χ. για την ίδια διαδρομή με επιστροφή (round trip) η πρώτη και η δεύτερη σελίδα ακυρώνονται. Στην τρίτη σελίδα συμπληρώνεται ο πρώτος προορισμός ATHENS - PARIS και στην τέταρτη σελίδα συμπληρώνεται ο δεύτερος προορισμός PARIS - ATHENS.

7. X / O

Σ' αυτά τα πεδία συμπληρώνονται αντίστοιχα με τον προορισμό:

- ✓ X: Εάν ο επιβάτης στη διαδρομή που πραγματοποιεί δεν κάνει ενδιάμεση στάση (stop over).
- ✓ O: Εάν ο επιβάτης στη διαδρομή του, πραγματοποιεί ενδιάμεση στάση (stop over).

8. Μεταφορέας - Carrier

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο διγράμματος κωδικός του αερομεταφορέα με τον οποίο ταξιδεύει ο επιβάτης. Οι υπόλοιπες σειρές που έχουν ακυρωθεί παραμένουν κενές.

9. Αριθμός Πτήσης - Flight

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο τριψήφιος κωδικός της συγκεκριμένης πτήσης με την οποία ταξιδεύει ο επιβάτης, π.χ. OA 743. Οι υπόλοιπες σειρές ακυρώνονται συμπληρώνοντας την ένδειξη "VOID".

10. Θέση - Class

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο τύπος της θέσης που έχει επιλέξει ο επιβάτης για τη συγκεκριμένη πτήση, π.χ. B ή Y. Οι υπόλοιπες σειρές παραμένουν κενές.

11. Ημερομηνία - Date

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ημερομηνία (ημέρα και μήνας κωδικοποιημένα) της πτήσης με την οποία θα ταξιδέψει ο επιβάτης, π.χ. 04 JUN. Οι υπόλοιπες σειρές ακυρώνονται με τη συμπλήρωση της ένδειξης "VOID".

12. Ώρα Αναχώρησης - Time

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ώρα αναχώρησης της συγκεκριμένης πτήσης. Οι ώρες αναγράφονται με βάση το εικοσιτετράωρο σύστημα και αφορούν πάντα τοπική ώρα άφιξης και αναχώρησης, π.χ. 0310 ή 1510 ή 2315. Οι υπόλοιπες σειρές παραμένουν κενές.

13. Κατάσταση - Status

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται με διγράμματος κωδικούς η κατάσταση κράτησης κατά την ώρα έκδοσης του εισιτηρίου, π.χ. OK (O.K.) για κατάσταση "κρατημένης" θέσης επιβάτη, WL (Waiting List) για κατάσταση λίστας αναμονής του επιβάτη, NS (No Seat) για νήπια τα οποία δεν καταλαμβάνουν θέση κ.τ.λ. Οι υπόλοιπες σειρές παραμένουν κενές.

14. Τύπος Ναύλου - Fare Basis

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται οποιαδήποτε κωδικοποιημένη ένδειξη έχει σχέση με το ναύλο, όπως είναι η εποχικότητα (Υψηλή - High: H ή Χαμηλή - Low: L), η νυκτερινή πτήση (Night: N), ο τύπος της διαδρομής (απλή διαδρομή - One Way: OW) ή διαδρομή με επιστροφή (Round Trip: RT), η θέση του επιβάτη (πρώτη θέση - First: F, οικονομική (economy: Y) κ.τ.λ.

15. Δεν Ισχύει Πριν - Not Valid Before

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ημερομηνία, πριν από την οποία δεν ισχύει η κράτηση του εισιτηρίου και εμφανίζεται συνήθως, όταν υπάρχει εισιτήριο ανοικτής πτήσης (open flight). Στις υπόλοιπες σειρές συμπληρώνεται η ένδειξη "VOID".

16. Δεν Ισχύει Μετά - Not Valid After

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ημερομηνία, μετά την οποία δεν ισχύει η κράτηση του εισιτηρίου και εμφανίζεται συνήθως στα συνεχόμενα εισιτήρια (conjunction tickets) και στα εισιτήρια ανοικτής πτήσης (open flight). Στις υπόλοιπες σειρές συμπληρώνεται η ένδειξη "VOID".

17. Δωρεάν Αποσκευές - Allow (Allowance)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το δωρεάν βάρος που επιτρέπεται να μεταφέρει ο επιβάτης στις αποσκευές του ανάλογα με τον τύπο της θέσης (Class). Τα δωρεάν κιλά διαφέρουν μεταξύ πτήσεων εσωτερικού και εξωτερικού, καθώς και μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών. Οι υπόλοιπες σειρές παραμένουν κενές. Τα γράμματα K ή KG χρησιμοποιούνται ως κωδικοί για τη συμπλήρωση του βάρους σε κιλά ενώ τα γράμματα L ή LB χρησιμοποιούνται ως κωδικοί για τη συμπλήρωση του βάρους σε λίμπρες π.χ. 20 K ή 44 L.

18. Αποσκευές - Baggage Checked, Unchecked

Αυτό το πεδίο περιλαμβάνει στοιχεία τα οποία συμπληρώνονται στον έλεγχο των αποσκευών κατά την επιβίβαση του επιβάτη. Αποτελούνται από τέσσερις (4) ίδιες ομάδες ενδείξεων, οι οποίες αντιστοιχούν στους τυχόν τέσσερις (4) διαφορετικούς προορισμούς που δικαιούται να χρησιμοποιήσει ο επιβάτης με ένα εισιτήριο και αναλύονται ως εξής:

A. Τεμάχια - PCS (Pieces)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνονται αριθμητικά τα τεμάχια των αποσκευών που παραδίδει ο επιβάτης κατά τον έλεγχο (check in), για να προωθηθούν από τον αερομεταφορέα στο αεροσκάφος π.χ. 2.

B. Βάρος - W (Weight)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται αριθμητικά το συνολικό βάρος των αποσκευών π.χ. 12.

Γ. Χειραποσκευές - Unchecked

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται αριθμητικά το συνολικό βάρος των χειραποσκευών, τις οποίες ο επιβάτης τοποθετεί μέσα στο θάλαμο επιβατών του αεροσκάφους.

19. Ναύλος - Fare

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το νόμισμα του κράτους στο οποίο πληρώνεται το εισιτήριο και αριθμητικά ο καθαρός ναύλος (χωρίς φόρους).

20. Υπολογισμός Ναύλου - Fare Calculation

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται όλη η ανάλυση του υπολογισμού του ναύλου η οποία προκύπτει:

- ✓ από τη διαδρομή, δηλαδή από την πόλη αναχώρησης, τις ενδιάμεσες στάσεις, τις μετεπιβιβάσεις, εάν υπάρχουν και την πόλη άφιξης π.χ. Αθήνα - Μιλάνο - Αθήνα,
- ✓ από την αεροπορική εταιρεία π.χ. Ολυμπιακή Αεροπορία,
- ✓ από τον τύπο του ναύλου π.χ. YL (οικονομική θέση - χαμηλή περίοδος),
- ✓ από τη διαδικασία εύρεσης του ναύλου.

Λόγω των οικονομικών διακυμάνσεων που υπήρχαν σε παγκόσμιο επίπεδο από τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, η IATA και τα μέλη της το 1987 έκαναν συμφωνία για ένα νέο "νομισματικό σύστημα". Έτσι, δημιούργησαν μια νέα μονάδα υπολογισμού του αεροπορικού ναύλου, το οποίο ονόμασαν **NUC (Neutral Unit of Construction)** που σημαίνει **Ουδέτερη Μονάδα Κατασκευής**, η οποία δεν εκφράζεται σε κανένα τοπικό νόμισμα. Το νέο "νομισματικό σύστημα" ίσχυσε στην κατασκευή των ναύλων από την 1η Ιουλίου του 1988 και κατέργησε τη νομισματική ισοτιμία μεταξύ δύο χωρών. Τη θέση της ισοτιμίας πήρε το **ROE (Rate of Exchange - Τιμή συναλλαγής)**, η οποία ισοδυναμεί με τη μέση τιμή του δολαρίου προς το εκάστοτε τοπικό νόμισμα της χώρας αναχώρησης της πτήσης και αλλάζει κάθε μήνα. Η μονάδα υπολογισμού NUC πολλαπλασιαζόμενη με το ROE ισοδυναμεί με το τοπικό νόμισμα της χώρας αναχώρησης στην οποία εκδίδεται το εισιτήριο. Το ROE δίνεται κάθε μήνα από την IATA και ισχύει για κάθε χώρα.

Για παράδειγμα, η τιμή του εισιτηρίου για τη διαδρομή Αθήνα - Μιλάνο - Αθήνα χρεώνεται σε NUC 289,32. Η ισοτιμία, μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, για την Ελλάδα μεταξύ NUC και Ευρώ είναι 1,444036. Έτσι η διαδρομή υπολογισμένη σε Ευρώ κοστίζει: $NUC 288,32 \times 1,444036 ROE = 330,90 \text{ €}$, η οποία στρογγυλοποιείται σε 331,00 €. Σε γενικά πλαίσια στο πεδίο υπολογισμού ναύλου θα συμπληρώνεται:

*ATH OA MIL OA ATH YL 288,32 * 1,44036 ROE 331,00 €.*

21. Τιμή σε Τοπικό Νόμισμα - Equivelant Fare PD (Paid)

Το πεδίο αυτό συμπληρώνεται, όταν το εισιτήριο πληρώνεται σε διαφορετικό νόμισμα από το νόμισμα της χώρας αναχώρησης του επιβάτη.

Για παράδειγμα, εάν ένας επιβάτης αναχωρεί από την Νέα Υόρκη πραγματοποιώντας τη διαδρομή Νέα Υόρκη - Αθήνα - Νέα Υόρκη και το εισιτήριο έχει πληρωθεί στην Αθήνα, στην ένδειξη "Ναύλος" θα συμπληρωθεί το ποσό σε δολάρια ΗΠΑ και στο πεδίο "Τιμή σε τοπικό νόμισμα" θα συμπληρωθεί η αντιστοιχία σε Ευρώ. Έτσι, με ισοτιμία ημέρας 1 USD = 1,010203 €,

στο πεδίο “Ναύλος” συμπληρώνεται 958,00 \$ και στο πεδίο “τιμή σε τοπικό νόμισμα” συμπληρώνεται 968,00 €.

Η κάθε αεροπορική εταιρεία δίνει τη δική της συναλλαγματική ισοτιμία στα εισιτήρια. Για παράδειγμα, για την ίδια διαδρομή ενδέχεται η Ολυμπιακή Αεροπορία να δώσει άλλη ισοτιμία νομίσματος και η American Airlines άλλη. Αυτό οφείλεται στις διαφορές των τραπεζικών συστημάτων των χωρών στις οποίες ανήκουν και με τις οποίες συνεργάζονται οι αεροπορικές εταιρείες.

22 - 23 - 24. Φόρος (Τέλη και Άλλες Επιβαρύνσεις) - Tax / Fee / Charge

Στο πεδίο αυτό συμπληρώνονται όλοι οι φόροι που εισπράττονται κατά την έκδοση του εισιτηρίου π.χ. ΦΠΑ, φόροι επιβίβασης, ελέγχου διαβατηρίων κ.ά.

Όταν η πληρωμή των φόρων πραγματοποιείται στη χώρα αναχώρησης (origin), τότε εξοφλούνται στο ίδιο νόμισμα με το νόμισμα του ναύλου, ενώ, όταν έχει γίνει η πληρωμή του ναύλου σε άλλο νόμισμα το οποίο αναφέρεται στο πεδίο “τιμή σε τοπικό νόμισμα”, τότε οι φόροι εξοφλούνται στο ίδιο νόμισμα που αναγράφεται στο πεδίο αυτό.

Τα ίδια πεδία εμφανίζονται τρεις φορές, γιατί υπάρχουν φόροι οι οποίοι αποδίδονται σε διαφορετικές χώρες ανάλογα με τη διαδρομή και αντίστοιχα συμπληρώνεται σε κάθε πεδίο ο φόρος που εισπράττεται από κάθε χώρα. Σε περιπτώσεις κατά τις οποίες ένας επιβάτης δεν πληρώνει φόρο συμπληρώνεται στο αντίστοιχο πεδίο η λέξη “ΕΞΑΙΡΕΣΗ, ΑΠΑΛΛΑΓΗ” (EXEMPT) και ο διγράμματος κωδικός της χώρας από την οποία εξαιρείται ο επιβάτης.

25. Σύνολο - Total

Σ’ αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο συνολικός ναύλος του εισιτηρίου για τη συγκεκριμένη διαδρομή.

26. Τρόπος Πληρωμής - Form of Payment

Σ’ αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο τρόπος εξόφλησης του εισιτηρίου π.χ. Cash ή Credit Card κ.ά. Στην περίπτωση της πιστωτικής κάρτας αναγράφεται και ο διψήφιος κωδικός αριθμός της κάρτας καθώς και ο τρόπος πληρωμής ή ο κωδικός AGT (Agent) για πληρωμή με voucher.

27. Προέλευση / Προορισμός - Origin / Destination

Στο πεδίο αυτό συμπληρώνονται δύο θέματα:

- ✓ Με κωδικούς οι πόλεις αναχώρησης και προορισμού και
- ✓ Ο Διεθνής Δείκτης Πωλήσεων (International Sales Indicator) των αεροπορικών εισιτηρίων που εμφανίζεται με τις κωδικές λέξεις: SITI - SOTI - SITO και SOTO, οι οποίες προέρχονται από τους συνδυασμούς των γραμμάτων S: Sales, T: Ticket, I: Inside, O: Outside για να δηλωθεί πού έγινε η έκδοση και πού η πώληση του αεροπορικού εισιτηρίου, π.χ. ATH - PAR - ATH SITI

28. Στοιχεία Κράτησης - Airline Data

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο προσωπικός αριθμός κράτησης του επιβάτη, ο οποίος αποτελείται από γράμματα και αριθμούς, για τη συγκεκριμένη διαδρομή.

29. Εκδόθηκε σε Αντικατάσταση - Issued In Exchange For

Όταν έχει εκδοθεί για την εξόφληση του εισιτηρίου άλλος αεροπορικός τίτλος, όπως ένα MCO (Miscellaneous Charges Order) ή άλλο εισιτήριο, τότε σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αριθμός του συγκεκριμένου τίτλου.

30. Τόπος Έκδοσης - Place of Issue

Στο πεδίο αυτό συμπληρώνονται η αεροπορική εταιρεία ή το εξουσιοδοτημένο Τουριστικό Γραφείο που εξέδωσε το εισιτήριο, καθώς και ο τόπος έκδοσης και ο κωδικός αριθμός τους.

31. Στοιχεία Αεροπορικής Εταιρείας / Πράκτορα - A / L (Airline) / Agent Information

Στο πεδίο αυτό συμπληρώνονται κωδικοποιημένα τα στοιχεία της αεροπορικής εταιρείας ή του Τουριστικού Πράκτορα που έχει εκδώσει το εισιτήριο.

32. Αριθμός Ελέγχου - Control No (Number)

Το πεδίο αυτό αφορά τον κωδικό ελέγχου.

33. Αριθμός Έγκρισης - App (Approval) Code

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αριθμός έγκρισης της τυχόν εκδρομής, σε περιπτώσεις που υπάρχει παροχή υπηρεσιών εδάφους (inclusive tour) για το συγκεκριμένο επιβάτη.

34. Αριθμός Εκδρομής - Tour Code

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το είδος της τυχόν εκδρομής, η αεροπορική εταιρεία με την οποία πραγματοποιείται η εκδρομή, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εκδρομής κ.τ.λ., σε περιπτώσεις που υπάρχει παροχή υπηρεσιών εδάφους (inclusive tour) για το συγκεκριμένο πελάτη.

35. Αρχική Έκδοση - Origin Issue

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η αρχική έκδοση του εισιτηρίου, η οποία συμπίπτει πολλές φορές με την ένδειξη "Ημερομηνία Έκδοσης", που χρησιμοποιείται, όταν πραγματοποιείται επανέκδοση του εισιτηρίου. Επίσης, σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο κωδικός της αεροπορικής εταιρείας ή του Τουριστικού Γραφείου που πραγματοποιεί την έκδοση του εισιτηρίου.

36. Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται για το συγκεκριμένο εισιτήριο (coupon - CPN), στο πεδίο 36Α, ο κωδικός του αερομεταφορέα (Airline code). Στα πεδία 36Β και 36Γ υπάρχει αντίστοιχα τυπωμένος με κωδικούς αριθμούς ο αύξων αριθμός του εισιτηρίου (Form and Serial Number) και ο αριθμός ελέγχου (Check - CK).

[illegible]

ΕΝΤΥΠΟ 1: Το Αεροπορικό Εισιτήριο

2.5.1.5 Το Δελτίο Διάφορων Υπηρεσιών (Miscellaneous Charges Order - MCO)

Οι αεροπορικές εταιρείες, εκτός της αερομεταφοράς, μπορεί να προσφέρουν και άλλες υπηρεσίες στους επιβάτες, που δεν καλύπτονται με την έκδοση ενός αεροπορικού εισιτηρίου αλλά με το **Δελτίο Διάφορων Υπηρεσιών (Miscellaneous Charges Order - MCO)**.

Οι συνηθέστερες υπηρεσίες για τις οποίες ένα Τουριστικό Γραφείο ή μια αεροπορική εταιρεία εκδίδει ένα MCO είναι:

- Αεροπορική ή επίγεια μεταφορά.
- Βάρος αποσκευών μεγαλύτερο του επιτρεπόμενου (υπερβάλλον).
- Επιστροφή χρημάτων π.χ. από ακύρωση.
- Διαφορές χρέωσης π.χ. για αλλαγή θέσεων αεροσκάφους.
- Είσπραξη φορτωτικής.
- Επιβάρυνση για Έκδοση Προπληρωμένου εισιτηρίου (Prepaid Ticket Advice - PTA).
- Παροχή υπηρεσιών στον τόπο άφιξης για μεμονωμένους επιβάτες π.χ. κατάλυμα, μετακίνηση, ενοικίαση αυτοκινήτου κ.τ.λ.
- Φόροι κ.ά.

Οι υπηρεσίες για τις οποίες εκδίδεται το Miscellaneous Charges Order, χωρίζονται σε **προκαθορισμένες (specified)** και σε **μη προκαθορισμένες (unspecified)**.

Για να χαρακτηριστεί ένα MCO προκαθορισμένο, οι υπηρεσίες που παρέχει, συμπεριλαμβανομένων και των υπηρεσιών στον τόπο άφιξης μεμονωμένων επιβατών πρέπει να:

- αφορούν ένα τύπο μεταφοράς, αεροπορικής ή επίγειας,
- αφορούν συγκεκριμένο παραγωγό και διαχειριστή υπηρεσιών (Tour Operator),
- αφορούν συγκεκριμένο σημείο άφιξης και αναχώρησης,
- αναγράφουν κατηγορία θέσης και τιμής,
- αναγράφουν το ονοματεπώνυμο του επιβάτη, με εξαίρεση την περίπτωση κατά την οποία εκδίδεται το MCO για να καλύψει Προπληρωμένο Εισιτήριο (Prepaid Ticket Order - PTA) για άτομα που δεν είναι γνωστά ή για πολλά άτομα.

Ένα MCO χαρακτηρίζεται μη προκαθορισμένο, όταν δεν είναι γνωστά κάποια στοιχεία, όπως αυτά αναφέρονται στο προκαθορισμένο MCO. Αυτό συνήθως συμβαίνει σε περιπτώσεις υπερβάλλοντος βάρους. Δηλαδή, όταν δεν είναι γνωστό από την αρχή το βάρος των αποσκευών ή όταν δεν είναι γνωστοί οι αερολιμένες στους οποίους ο επιβάτης θα έχει παραπάνω βάρος από το επιτρεπόμενο.

Η παροχή προκαθορισμένων και μη προκαθορισμένων υπηρεσιών δεν μπορεί να συνδυαστεί με την έκδοση του ίδιου MCO.

Το **έντυπο** του Δελτίου Διάφορων Υπηρεσιών αποτελείται από τρία (3) φύλλα (coupons):

- ✓ Το πρώτο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Audit Coupon” (Φύλλο Ελέγχου), κρατείται από το Τουριστικό Γραφείο ή την αεροπορική εταιρεία ως στοιχείο πώλησης.
- ✓ Το δεύτερο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Agent Coupon” (Φύλλο Πρακτορείου), κρατείται από το Τουριστικό Γραφείο ή την αεροπορική εταιρεία ως στέλεχος για την αρχειοθέτηση.
- ✓ Το τρίτο φύλλο το οποίο έχει την ένδειξη “Passenger Coupon” (Φύλλο Επιβάτη), δίνεται στον πελάτη ως αποδεικτικό στοιχείο της υπηρεσίας που έχει πληρώσει.

Η γραμμογράφηση του εντύπου του MCO περιλαμβάνει πεδία, τα οποία συμπληρώνονται πάντα με κεφαλαία γράμματα ως εξής:

1. Δελτίο Διάφορων Υπηρεσιών (Miscellaneous Charges Order)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αεροπορικός τίτλος και η ονομασία του φύλλου (AUDIT, AGENT, PASSENGER COUPON).
2. Ημερομηνία Έκδοσης (Date of Issue)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η ημερομηνία κατά την οποία εκδόθηκε το MCO.
3. Όνομα Επιβάτη (Name of Passenger)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το επίθετο του επιβάτη και το αρχικό γράμμα του μικρού του ονόματος, καθώς και ο τίτλος του όπως ακριβώς στο αεροπορικό εισιτήριο. Όταν υπάρχει ομάδα ατόμων (groups), αναγράφεται το επίθετο ενός ατόμου της ομάδας, συνήθως του αρχηγού και ο αριθμός των ατόμων που αποτελούν την ομάδα. Το ίδιο ισχύει και για περιπτώσεις οικογενειών. Το ονοματεπώνυμο του επιβάτη που χρησιμοποιεί το MCO αναφέρεται, γιατί το MCO δεν μπορεί να μεταβιβασθεί σε άλλο πρόσωπο.
4. Είδος Υπηρεσίας για την Οποία Εκδίδεται (Type of Service for Which Issue)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται πλήρως το είδος της υπηρεσίας για την οποία εκδίδεται το MCO, π.χ. TOUR, TRANSFER, LIMOUSINE SERVICE.
5. Αξία της Συναλλαγής (Value for Exchange)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η αξία της συναλλαγής η οποία αναλύεται ως εξής:
 - α. Ποσό ολογράφως (Amount in Letters)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το ποσό ολογράφως στο αγγλικό αλφάβητο.
 - β. Νόμισμα (Currency)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το νόμισμα του κράτους από το οποίο δίνεται η υπηρεσία, με τον τριγράμματο κωδικό του νομίσματος που έχει καθιερώσει η IATA, π.χ. EUR, USD, AUD.
 - γ. Αριθμητικό Ποσό (Amount in Figures)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το ποσό αριθμητικώς.

6. Τραπεζική Συναλλαγματική Ισοτιμία (Bank Exchange Rate)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η συναλλαγματική ισοτιμία του νομίσματος, που δίνει η τράπεζα κατά την ημέρα έκδοσης του MCO, στην περίπτωση που το νόμισμα είναι διαφορετικό από αυτό που δηλώνεται στην ένδειξη "Νόμισμα" (Currency). Συνήθως η συναλλαγματική ισοτιμία αφορά περιπτώσεις κατά τις οποίες το MCO εξοφλείται σε διαφορετικό κράτος από το κράτος έκδοσης, π.χ. σε προπληρωμένα εισιτήρια (PTA).
7. Ισοδύναμο Πληρωμένο Ποσό (Equivalent Amount Paid)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται αριθμητικά το ποσό στο νόμισμα του κράτους στο οποίο πληρώνεται το MCO.
8. Φόροι, Τέλη και Άλλες Επιβαρύνσεις του Δελτίου Διάφορων Υπηρεσιών (Tax, Free, Charge on MCO)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται αριθμητικά το σύνολο των φόρων, των τελών και των διάφορων επιβαρύνσεων που αφορούν το MCO.
9. Άλλες Περιπτώσεις (Other Charges)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται αριθμητικά το ποσό διάφορων χρεώσεων που δεν αφορούν φόρους, τέλη κ.ά., καθώς και ο λόγος για τον οποίο εμφανίζονται οι επιπλέον χρεώσεις.
10. Σύνολο (Total)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το συνολικό ποσό που πληρώνεται και αφορά τις ενδείξεις της αξίας συναλλαγής, των φόρων, των τελών κ.τ.λ. και των άλλων χρεώσεων.
11. α. Με (To)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αερομεταφορέας ο οποίος παρέχει την υπηρεσία.
β. Σε (At)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η πόλη στην οποία θα δοθεί η υπηρεσία.
12. Στοιχεία Κράτησης (Reservations Data)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνονται τα στοιχεία της κράτησης κωδικοποιημένα, σύμφωνα με τους κωδικούς της IATA.
13. Σημειώσεις-Παρατηρήσεις (Remarks)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται κάποια πρόσθετη παρατήρηση ή σημείωση, η οποία δεν έχει ένδειξη και πρέπει απαραίτητα να αναφερθεί για τη συγκεκριμένη υπηρεσία για την οποία εκδίδεται το MCO, π.χ. επιπλέον φόρος.
14. Εκδόθηκε σε Σχέση με (Issued in Connection with)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αύξων αριθμός του αεροπορικού εισιτηρίου, στο οποίο το MCO αποτελεί συνοδευτικό έγγραφο.
15. Εγκρίσεις / Περιορισμοί (Endorsement / Restrictions)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνονται, σε περίπτωση που υπάρχουν, περιορισμοί ή εγκρίσεις για τη συγκεκριμένη υπηρεσία ή τυχόν επιστροφές χρημάτων.

16. Τρόπος Πληρωμής (Form of Payment)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο τρόπος πληρωμής του MCO π.χ. CASH, AGT (για voucher), AX (American Express), VS (Visa) κ.τ.λ.

17. Βλέπε Κάτω (Τέλος) για Αερομεταφορά, Αύξοντα Αριθμό (See Below For Airline, Form, Serial Number)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ότι στο τέλος του MCO αναγράφεται, για το συγκεκριμένο εισιτήριο-κουπόνι (CPN-coupon) ο κωδικός της αεροπορικής εταιρείας (στην ένδειξη 17α). Επίσης εμφανίζεται τυπωμένος με κωδικούς αριθμούς ο αύξων αριθμός του εισιτηρίου (στην ένδειξη 17β) και αριθμός ελέγχου (Check-CK) (στην ένδειξη 17γ) π.χ. 1234 567890 1.

18. Τόπος Έκδοσης - Πρακτορείο (Place of Issue - Agency)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η αεροπορική εταιρεία ή το εξουσιοδοτημένο Τουριστικό Γραφείο, το οποίο εξέδωσε το MCO, ο τόπος έκδοσης καθώς και ο κωδικός αριθμός τους.

19. Εκδόθηκε από (Issue by)

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται η επίσημη επωνυμία αερομεταφορέα-εκδότη, π.χ. LUFTHANSA.

20. Άκυρο εάν Τσαλακωθεί ή εάν Τροποποιηθεί. Ισχύς Ενός Έτους από την Ημερομηνία Έκδοσης (Void if Multilated or Altered. Valid One Year From Date of Issue).

Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ότι το MCO δε θα ισχύσει, εάν τσαλακωθεί, σχιστεί ή παραποιηθεί. Επίσης, αναφέρεται ότι ισχύει μόνο για ένα έτος από την ημερομηνία έκδοσής του.

21. Νόμισμα (Currency) / Εισπραχθέν ποσό τοις Μετρητοίς (μετρητά) (Cash Collection) / Πιστωτικό Υπόλοιπο (Credit Balance) / Τιμή Προμήθειας (Commission Rate) / Φόρος (Tax Amount).

Σ' αυτά τα πεδία συμπληρώνονται στοιχεία για την λογιστική τακτοποίηση - εκκαθάριση του MCO.

NAME OF PASSENGER (3)		(NOT TRANSFERABLE)		MISCELLANEOUS CHARGES ORDER		BANK EXCHANGE RATE (6)		SEE BELOW FOR AIRLINE FORM, SERIAL NUMBER (17)	
TYPE OF SERVICE FOR WHICH ISSUED (4)		AUDIT COUPON (1) SUBJECT TO TERMS AND CONDITIONS ON BACK OF PASSENGER COUPON		DATE OF ISSUE (2)		EQUIVALENT AMOUNT PAID (7)		PLACE OF ISSUE : AGENCY (18)	
VALUE AMOUNT IN LETTERS (5)		CURRENCY (3)		AMOUNT IN FIGURES (V)		TAX / FEE / CHARGE ON MCO (8)			
TO (11a)		AT (11b)				OTHER CHARGES (9)			
RESERVATION DATA (12)						TOTAL (10)			
REMARKS (13)						ISSUED BY CONNECTION WITH (14)			
						ENDORSEMENTS / RESTRICTIONS (CARBON) (15)			
						FORM OF PAYMENT (16)			
						ISSUED BY (19)			
VOID IF MUTILATED OR ALTERED VALID ONE YEAR FROM DATE OF ISSUE (20)		CURRENCY		CASH COLLECTION		CREDIT BALANCE		AIRLINE CODE (17a)	
								FORM AND SERIAL NUMBER (17b)	
								OK (17v)	

ΕΝΤΥΠΟ 2: Δελτίο Διάφορων Υπηρεσιών (MCO)

2.5.1.6 Το Προπληρωμένο Εισιτήριο (Prepaid Ticket Advice - PTA)

Το **Προπληρωμένο Εισιτήριο (Prepaid Ticket Advice - PTA)** είναι μια εντολή κράτησης θέσης η οποία δίνεται από ένα Τουριστικό Γραφείο ή από μία αεροπορική εταιρεία για να εξασφαλιστεί η αεροπορική μεταφορά ενός επιβάτη από ένα σημείο του εσωτερικού ή του εξωτερικού προς κάποιο άλλο.

Η εντολή κράτησης πραγματοποιείται κατόπιν συνεννοήσεως μεταξύ δύο αεροπορικών εταιρειών ή μίας αεροπορικής εταιρείας και ενός Τουριστικού Γραφείου, μέσα από το σύστημα κρατήσεων, με τη χρήση κωδικοποιημένων λέξεων ή ειδικούς κώδικες (status).

Το PTA χρησιμοποιείται για την έκδοση εισιτηρίου στον τόπο αναχώρησης του επιβάτη, ενώ η εντολή κράτησης και πληρωμής έχει γίνει σε διαφορετικό σημείο. Η ολοκλήρωση της εντολής κράτησης πραγματοποιείται με την έκδοση ενός MCO.

Για να γίνει κατανοητό το PTA δίνεται το ακόλουθο παράδειγμα:

Ο γονιός ενός φοιτητή που σπουδάζει στο Λονδίνο εκφράζει την επιθυμία σ' ένα Τουριστικό Γραφείο των Αθηνών να πραγματοποιηθεί κράτηση για πτήση Λονδίνο - Αθήνα στο όνομα του παιδιού του.

Η διαδικασία που ακολουθείται είναι η εξής:

Το Τουριστικό Γραφείο των Αθηνών επικοινωνεί με την αεροπορική εταιρεία στο Λονδίνο. Η αεροπορική εταιρεία βεβαιώνει ότι υπάρχει θέση και μπορεί να πραγματοποιήσει κράτηση για την πτήση. Το Τουριστικό Γραφείο για την εντολή κράτησης (PTA) εκδίδει MCO το οποίο αποστέλλεται στην αεροπορική εταιρεία.

Το MCO εξοφλείται από το γονιό του φοιτητή στην Αθήνα και ουσιαστικά αντιπροσωπεύει το εισιτήριο.

Η αεροπορική εταιρεία στον τόπο αναχώρησης του φοιτητή, όταν λάβει το MCO, εκδίδει το αεροπορικό εισιτήριο, το οποίο παραλαμβάνει ο φοιτητής στο Λονδίνο.

Επειδή με την εντολή κράτησης και την έκδοση του MCO, το οποίο αντιπροσωπεύει το εισιτήριο, έχει συγχρόνως πραγματοποιηθεί και η πληρωμή του εισιτηρίου πριν την έκδοσή του, το PTA ονομάζεται και Προπληρωμένο Εισιτήριο.

2.5.2 Το Ακτοπλοϊκό Εισιτήριο

Το **ακτοπλοϊκό εισιτήριο** είναι ένα έντυπο δελτίο το οποίο βεβαιώνει ότι ο κάτοχός του πλήρωσε συγκεκριμένο χρηματικό ποσό και αποκτά το δικαίωμα ακτοπλοϊκής μεταφοράς του σε συγκεκριμένο δρομολόγιο.

Διακρίνονται σε εισιτήρια εσωτερικού, τα οποία διατίθενται για δρομολόγια εντός της ελληνικής θαλάσσιας επικράτειας και εισιτήρια εξωτερικού, τα οποία διατίθενται για δρομολόγια εκτός της ελληνικής θαλάσσιας επικράτειας.

2.5.2.1 Η Έκδοση του Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου

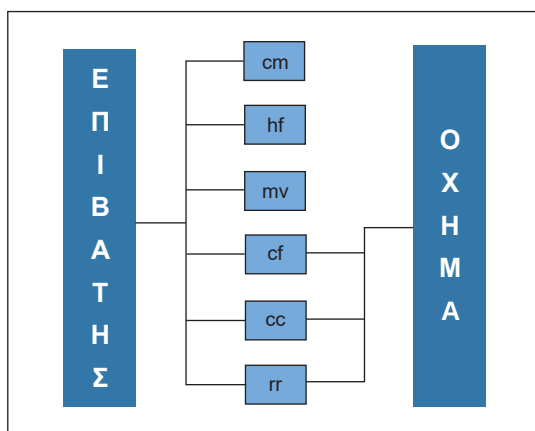
Το ακτοπλοϊκό εισιτήριο εκδίδεται από συμβεβλημένα με τις ναυτιλιακές εταιρείες Τουριστικά Γραφεία και από ειδικά εκδοτήρια εισιτηρίων, που βρίσκονται στα λιμάνια ή κοντά σ' αυτά.

Τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια είναι **ατομικά** και εκδίδονται αντίστοιχα για επιβάτη, ο οποίος ταξιδεύει με επιβατηγό πλοίο (Ε/Γ) και για όχημα, το οποίο ταξιδεύει πάντα συνοδευόμενο από τον οδηγό του, σε οχηματαγωγό πλοίο (Ο/Γ). Με τα οχηματαγωγά πλοία έχουν τη δυνατότητα να ταξιδεύουν και επιβάτες, χωρίς να διαθέτουν όχημα.

Ο ναύλος του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου καθορίζεται από την κάθε ναυτιλιακή εταιρεία και εγκρίνεται από το Υπουργείο Ναυτιλίας. Το χρηματικό ποσό, στο οποίο ανέρχεται, εξαρτάται από τη δρομολογιακή γραμμή (ναυτικά μίλια που διανύονται), από τον τύπο του πλοίου (επιβατηγό, οχηματαγωγό, υπερταχύ κ.τ.λ.) και από τη θέση (πρώτη, οικονομική κ.τ.λ.).

Τα πλοία διακρίνονται σε επιβατηγά και οχηματαγωγά και έχουν τους εξής τύπους:

- cm: υπερταχύ επιβατηγό (catamaran)
- hf: ιπτάμενο δελφίνι (hydrofoil)
- mv: επιβατηγό (motor vessel)
- cf: οχηματαγωγό ανοικτού τύπου (car ferry)
- cc: οχηματαγωγό κλειστού τύπου (catamaran - car ferry)
- rr: οχηματαγωγό (car ferry - RO-RO).



ΣΧΗΜΑ 2.3: Έκδοση Εισιτηρίου Αντίστοιχη με τον Τύπο του Πλοίου

Σε όλα τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια παρέχεται η δυνατότητα έκδοσής τους με εκπαιδευτικό ναύλο στις περιπτώσεις που αποδεδειγμένα ταξιδεύουν:

- ✓ Στρατιώτες.
- ✓ Φοιτητές, σπουδαστές, μαθητές.
- ✓ Πολύτεκνοι.

- ✓ Άτομα με ειδικές ανάγκες.
- ✓ Παιδιά.

Μέχρι πρόσφατα κάθε ναυτιλιακή εταιρία χρησιμοποιούσε το δικό της τύπο ακτοπλοϊκού εισιτηρίου με διαφορετική γραμμογράφηση, δικό της εκτυπωτή και ιδιαίτερο σύστημα κράτησης, έκδοσης, ακύρωσης και χρέωσης.

Σήμερα τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια εκδίδονται μέσα από ένα κοινό σύστημα κράτησης, το Forth CRS, το οποίο δια μέσου ηλεκτρονικών υπολογιστών με το πρόγραμμα Agency, έχει τη δυνατότητα έκδοσης **κοινού** εισιτηρίου όλων των ναυτιλιακών εταιρειών, οι οποίες πραγματοποιούν δρομολόγια εσωτερικού. Για τα δρομολόγια του εξωτερικού ισχύει ακόμη η έκδοση εισιτηρίων διαφορετικού τύπου ανάλογα με τη ναυτιλιακή εταιρεία. Προβλέπεται όμως οι κρατήσεις και οι εκδόσεις των εισιτηρίων του εξωτερικού να ενταχθούν στο κοινό ηλεκτρονικό σύστημα κράτησης.

2.5.2.2 Η Κράτηση και η Έκδοση Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου με Χρήση CRS

Το πρόβλημα των διπλοκρατημένων θέσεων, της ατελείωτης χρήσης του τηλεφώνου και του ικανού χώρου που έπρεπε να διαθέτουν τα Τουριστικά Γραφεία για όλους τους εκτυπωτές εισιτηρίων των ναυτιλιακών εταιρειών, λύθηκαν με το νέο ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων.

Η κράτηση και η έκδοση των ακτοπλοϊκών εισιτηρίων που πραγματοποιείται με τη χρήση του Computerized Reservation System (CRS), διευκόλυνε τα Τουριστικά γραφεία, αφού μέσω της on line σύνδεσης με τις ναυτιλιακές εταιρείες τους παρέχεται η δυνατότητα:

- ✓ άμεσης ενημέρωσης και έγκυρων πληροφοριών χωρίς τη χρήση τηλεφώνου,
- ✓ ακρίβειας δρομολογίων είτε πρόκειται για τακτικά είτε για έκτακτα είτε για αλλαγές ώρας ή ημερομηνίας αναχώρησης,
- ✓ παρακολούθησης των κενών θέσεων, έτσι ώστε να μην πραγματοποιούνται διπλοκρατήσεις και υπερφορτώσεις των πλοίων από επιβάτες και οχήματα,
- ✓ εύκολης χρήσης ενός και μόνου συστήματος κράτησης.

Το σύστημα κράτησης λειτουργεί με τη μορφή των παραθύρων (windows). Έτσι ο τρόπος κράτησης είναι εύχρηστος και η διαδικασία απλή. Όταν ολοκληρωθεί η κράτηση, πραγματοποιείται η έκδοση του εισιτηρίου, το οποίο τυπώνεται επάνω σ' ένα κενό (λευκό) φύλλο.

Παρόλα αυτά, ο υπάλληλος του Τουριστικού Γραφείου, χρήστης του συστήματος, πρέπει να είναι γνώστης του συστήματος και έμπειρος στις κρατήσεις ακτοπλοϊκών εισιτηρίων, αφού ακόμη οι ναυτιλιακές εταιρείες παρέχουν διαφορετικές δυνατότητες και λειτουργεί η καθεμία με δικές της παραμέτρους. Για παράδειγμα μια ναυτιλιακή εταιρεία παρέχει τη δυνατότητα προκράτησης ακτοπλοϊκού εισιτηρίου, δηλαδή κράτησης χωρίς πληρωμή με χρονική προθε-

σμία, ενώ άλλη υποχρεώνει σε απ' ευθείας (άμεση) έκδοση του εισιτηρίου, χωρίς να δίνει τη δυνατότητα προκράτησης. Προσανατολίζονται όμως οι ναυτιλιακές εταιρείες σε κοινή επιχειρηματική δραστηριότητα και σε αυτόν τον τομέα. Επίσης προσανατολίζονται στην επέκταση του συστήματος, για απ' ευθείας κρατήσεις κι έκδοση εισιτηρίων μέσα από το Διαδίκτυο (Internet).

2.5.2.3 Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση του Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου

Το έντυπο του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου, είτε αφορά επιβάτη είτε αφορά όχημα, αποτελείται από ένα φύλλο, στη μια όψη του οποίου αναφέρονται τα στοιχεία του επιβάτη ή του οχήματος και στην άλλη αναφέρονται οι όροι που ισχύουν για τη μεταφορά του επιβάτη (Όροι εισιτηρίου επιβάτη - Passengers ticket conditions) και του οχήματος (Όροι απόδειξης μεταφοράς οχήματος - Vehicle transport receipt conditions).

Το ακτοπλοϊκό εισιτήριο περιέχει τέσσερα (4) τμήματα, τα οποία μέχρι την εκτύπωσή του παραμένουν κενά και αφορούν αντίστοιχα:

- ✓ Το τμήμα “Στέλεχος Πρακτορείου” (Agency Coupon), το οποίο κρατείται ως αρχείο στο Τουριστικό γραφείο.
- ✓ Το τμήμα “Επιβάτης-Όχημα” (Passenger-Vehicle), το οποίο κρατά ο επιβάτης ή ο οδηγός του οχήματος.
- ✓ Το τμήμα “Έλεγχος” (Check-in), το οποίο κατά τον έλεγχο της επιβίβασης κρατά ο υπεύθυνος του ελέγχου, προορίζεται για τη ναυτιλιακή εταιρεία.
- ✓ Το τμήμα “Λιμεναρχείο” (Port Authority), το οποίο κρατά το λιμεναρχείο κατά την επιβίβαση.

Κατά την έκδοση, οι ενδείξεις του εισιτηρίου και των στοιχείων του επιβάτη ή του οχήματος εκτυπώνονται ταυτόχρονα. Εδώ όμως, και για καθαρά μαθησιακούς λόγους, περιλαμβάνονται οι τυπωμένες ενδείξεις οι οποίες αφορούν:

1. Στη συγκεκριμένη θέση τυπώνεται, εάν το εισιτήριο είναι επιβάτη, η ένδειξη “Εισιτήριο Επιβάτη” ή εάν είναι οχήματος η ένδειξη “Εισιτήριο Οχήματος” (ανάλογα τον προορισμό της έκδοσης του εισιτηρίου).
2. Στη συγκεκριμένη θέση τυπώνεται ο αύξων αριθμός του εισιτηρίου.
3. Στη συγκεκριμένη θέση τυπώνεται η επωνυμία και τα πλήρη στοιχεία διεύθυνσης, καθώς και τα στοιχεία εφορίας (Δ.Ο.Υ. και Α.Φ.Μ) της ναυτιλιακής εταιρείας.
4. Στην ένδειξη Ημ/νία - Ώρα (Date - Time), τυπώνεται η ημερομηνία και η ώρα αναχώρησης του πλοίου.
5. Στην ένδειξη Πλοίο (Vessel) τυπώνεται το όνομα του πλοίου.
6. Στην ένδειξη Από - Προς (From - To) τυπώνεται το δρομολόγιο του πλοίου (λιμάνι αναχώρησης και λιμάνι άφιξης).

7. Στην ένδειξη Κατάσταση Θέσης / Όχημα τυπώνεται αντίστοιχα:
 - ✓ Στην ένδειξη Κατάσταση Θέσης τυπώνεται η θέση που έχει ο επιβάτης (VIP, πρώτη θέση, οικονομική κ.τ.λ.) και ο αριθμός θέσης ή ο αριθμός της καμπίνας του.
 - ✓ Στην ένδειξη Όχημα τυπώνεται ο τύπος του οχήματος (Ι.Χ. ή Δ.Χ.).
8. Στην ένδειξη Συνολικός Ναύλος τυπώνεται το ποσό το οποίο πληρώνει ο επιβάτης για τον εαυτό του ή για το όχημα, για το δρομολόγιο που πραγματοποιεί. Επίσης, εάν ο ναύλος είναι ολόκληρος, τυπώνεται η ένδειξη Full fare ή εάν είναι εκπτώτικός η ένδειξη Discount fare.
9. Στη συγκεκριμένη θέση, εάν το εισιτήριο είναι επιβάτη τυπώνεται η ένδειξη “Ονοματεπώνυμο”, εάν είναι όχημα τυπώνεται η ένδειξη “Πινακίδα”. Στα εισιτήρια των επιβατών τυπώνεται στην ένδειξη “Ονοματεπώνυμο” το επίθετο και το αρχικό γράμμα του ονόματος του επιβάτη. Στα εισιτήρια των οχημάτων στην ένδειξη “Πινακίδα” τυπώνεται ο αριθμός κυκλοφορίας και η “Κατάσταση Θέσης” του οδηγού του οχήματος.
10. Στην ένδειξη Αύξων Αριθμός τυπώνεται ο αριθμός που αντιστοιχεί στον επιβάτη ή στο όχημα, ο οποίος δίνεται κατά τη χρονική στιγμή που εκδίδεται το εισιτήριο και αφορά τα άτομα ή τα οχήματα του συγκεκριμένου δρομολογίου του πλοίου. Ο Αύξων Αριθμός υπάρχει για την ασφάλεια των υπεράριθμων εκδόσεων εισιτηρίων.
11. Στην ένδειξη Ημερομηνία τυπώνεται η ημερομηνία έκδοσης του εισιτηρίου. Επειδή η ημερομηνία έκδοσης δεν αφορά τη ναυτιλιακή εταιρεία και τα λιμεναρχεία, δεν αναφέρεται στα αντίστοιχα τμήματα του “Ελέγχου” και του “Λιμεναρχείου”.
12. Η τύπωση της ένδειξης Αθεώρητα είναι πάγια και αφορά τη μορφή των εισιτηρίων βάσει Απόφασης Υπουργείου Οικονομικών.
13. Στην ένδειξη Αριθμός κράτησης τυπώνεται ο αύξων αριθμός κράτησης εισιτηρίων που έχει πραγματοποιηθεί από το συγκεκριμένο Τουριστικό Γραφείο ή από το εκδοτήριο εισιτηρίων και αφορά επιβάτες και οχήματα.
14. Στην ένδειξη Αριθμός Πρωτοκόλλου τυπώνεται ο αύξων αριθμός ατόμων ή οχημάτων συγκεκριμένης χρονικής περιόδου και αφορά το Πρωτόκολλο του συγκεκριμένου πλοίου, για το οποίο εκδίδεται το εισιτήριο.
15. Στην ένδειξη Κωδικός πρακτορείου τυπώνεται ο αριθμός που αντιστοιχεί στο Τουριστικό Γραφείο ή στο εκδοτήριο εισιτηρίων από τα οποία εκδίδεται το ακτοπλοϊκό εισιτήριο.
16. Στην ένδειξη Χρήστης τυπώνεται το όνομα του χρήστη που εκδίδει τα ακτοπλοϊκά εισιτήρια.

Παρατήρηση: Οι ενδείξεις και στα τέσσερα (4) τμήματα του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου είναι ίδιες. Όμως λόγω οικονομίας χώρου και διαφορετικής χρήσης του κάθε τμήματος, βρίσκονται σε άλλη θέση. Εξαίρεση υπάρχει μόνο στην ένδειξη “Ημερομηνία Έκδοσης”.

③	① ②	ΣΤΕΛΕΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ AGENT'S COUPON	③ ②	ΣΤΕΛΕΟΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ AGENT'S COUPON
③	① ②	ΕΠΙΒΑΤΗΣ ΟΧΗΜΑΤΙ PASSENGER - VEHICLE	ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯	ΕΠΙΒΑΤΗΣ ΟΧΗΜΑΤΙ PASSENGER - VEHICLE
③	① ②	ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ CHECK IN	ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯	ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ CHECK IN
③	① ②	ΑΝΕΛΑΜΒΕΤΟ PORT AUTH.	ΕΙΣΙΤΗΡΙΟ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯	ΑΝΕΛΑΜΒΕΤΟ PORT AUTH.

ΕΝΤΥΠΟ 3: Το Ακτοπολικό Εισιτήριο

2.5.3 Το Σιδηροδρομικό Εισιτήριο

Η σύμβαση μεταφοράς μεταξύ του Οργανισμού Σιδηροδρόμων Ελλάδος (Ο.Σ.Ε.) και του επιβάτη “συνάπτεται” κατά το χρόνο αγοράς του τίτλου μεταφοράς (εισιτήριο) από το δεύτερο. Στις περιπτώσεις που παρέχεται πρόσθετη υπηρεσία (διανυκτέρευση, μεταφορά συνοδευόμενου αυτοκινήτου, χρησιμοποίηση αμαξοστοιχίας προτεραιότητας / intercity κ.τ.λ.) εκδίδεται “συμπληρωματικός” τίτλος και εισπράττεται το προβλεπόμενο πρόσθετο συμπλήρωμα. Οι

βασικοί όροι μεταφοράς είναι αναρτημένοι σε εμφανή σημεία στους σταθμούς του σιδηροδρομικού δικτύου και στα υπόλοιπα σημεία έκδοσης εισιτηρίων (γραφεία ταξιδιών) και αναγράφονται στους τίτλους μεταφοράς.

2.5.3.1 Η Έκδοση του Σιδηροδρομικού Εισιτηρίου

Το σιδηροδρομικό εισιτήριο εκδίδεται στους σταθμούς και τα γραφεία του Ο.Σ.Ε. (Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος) και στα Τουριστικά Γραφεία τα οποία είναι συμβεβλημένα με τον Ο.Σ.Ε. και έχουν ειδική άδεια έκδοσης σιδηροδρομικών εισιτηρίων.

Τα παλαιότερα χρόνια τα σιδηροδρομικά εισιτήρια ήταν ένα μικρό κομμάτι χαρτόνι σε χρώμα καφέ, στο οποίο αναφερόταν ο αριθμός της αμαξοστοιχίας, ο αριθμός του βαγονιού, η θέση του επιβάτη, καθώς και η ημερομηνία και η ώρα αναχώρησης, ενώ το συμπλήρωμα για τις αμαξοστοιχίες προτεραιότητας, δηλαδή τα γρήγορα τραίνα, ήταν του ίδιου τύπου σε λευκό χρώμα.

Αυτή η μορφή των εισιτηρίων ισχύει ακόμη και σήμερα σε μικρούς σταθμούς και για τοπικά δρομολόγια. Αντίθετα οι μεγάλοι σταθμοί και τα εκδοτήρια εισιτηρίων του Ο.Σ.Ε. λειτουργούν με σύστημα on line κρατήσεων.

Ο Ο.Σ.Ε., εκτός από τα ατομικά εισιτήρια, εκδίδει επίσης εισιτήρια:

- ✓ ομαδικά, τα οποία ισχύουν από έξι (6) άτομα και πάνω,
- ✓ οικογενειακά,
- ✓ πολυτέκνων,
- ✓ μαθητών, σπουδαστών, φοιτητών,
- ✓ τρίτης ηλικίας,
- ✓ παιδιών κάτω των δώδεκα (12) ετών,
- ✓ εισιτήρια συνδρομών, για άτομα τα οποία ταξιδεύουν συχνά στην ίδια διαδρομή, που υπολογίζονται μόνο στο ποσό του βασικού ναύλου, με μειωμένα τιμολόγια, εκπτώσεις και ειδικές προσφορές.

2.5.3.2 Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση Σιδηροδρομικού Εισιτηρίου

Το **έντυπο** του σιδηροδρομικού εισιτηρίου, απλό ή με επιστροφή, αποτελείται από ένα φύλλο για όλα τα δρομολόγια εσωτερικού, το οποίο ονομάζεται βασικό εισιτήριο και από δύο φύλλα, μόνο για αμαξοστοιχίες προτεραιότητας (γρήγορα τραίνα) εσωτερικού και εξωτερικού, από τα οποία το πρώτο φύλλο είναι το βασικό εισιτήριο και το δεύτερο φύλλο το συμπλήρωμα του εισιτηρίου.

Το φύλλο του βασικού εισιτηρίου περιέχει στη μια όψη του τα απαιτούμενα στοιχεία για την κράτηση και στην πίσω όψη τους όρους που πρέπει να γνωρίζει ένας επιβάτης για τη χρήση των υπηρεσιών του σιδηροδρόμου, οι οποίοι αναφέρονται με την ένδειξη "Όροι Χρησιμοποίησης" (Conditions of Use).

Η γραμμογράφηση του εντύπου του σιδηροδρομικού εισιτηρίου έχει τα εξής πεδία:

1. Ένδειξη Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος
Στο πεδίο του σήματος του Ο.Σ.Ε. συμπληρώνεται η ημερομηνία και η ώρα έκδοσης του εισιτηρίου.
2. Τρόπος Πληρωμής (Method of payment)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται εάν ο κομιστής πληρώνει το εισιτήριο με μετρητά ή με πίστωση.
3. Σφραγίδα έκδοσης (Issuing stamp)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο κωδικός του σταθμού ή του πρακτορείου από το οποίο εκδόθηκε το εισιτήριο.
4. Θέσεις (Places)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο αριθμός των θέσεων, οι οποίες ισχύουν για το συγκεκριμένο εισιτήριο π.χ. 1 ή 2 ή 3 κ.τ.λ.
5. Σας έχουμε εξασφαλίσει (We have reserved for you)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το συγκεκριμένο δρομολόγιο για το οποίο ισχύει το εισιτήριο π.χ. Αθήνα - Αλεξανδρούπολη.
6. Αναχώρηση (Departure)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται:
Α. στο εικονίδιο που απεικονίζει ημερολόγιο, η ημερομηνία αναχώρησης
Β. στο εικονίδιο που απεικονίζει ρολόι, η ώρα αναχώρησης
Γ. στο εικονίδιο που απεικονίζει συρμό, ο κωδικός της αμαξοστοιχίας
7. Διαμέρισμα (Compartment)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το ακριβές διαμέρισμα του τραίνου π.χ. μη καπνίζοντες ή παράθυρο.
8. Θ.: Θέση (Cl.: Class)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο τύπος της θέσης του επιβάτη π.χ. Α' ή Β' θέση. Ανάλογα με τον τύπο της θέσης, ο επιβάτης πληρώνει και το αντίστοιχο κόμιστρο.
9. Εικονίδιο που απεικονίζει βαγόνι
Στο πεδίο του εικονιδίου αυτού συμπληρώνεται ο αριθμός του βαγονιού.
10. Αριθμός θέσεων (Places numbers)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται ο ακριβής αριθμός της θέσης του επιβάτη π.χ. 15 ή 78.
11. Τέλος εξασφάλισης (Reservation fee)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το χρηματικό ποσό το οποίο δίνει ο επιβάτης, όταν πραγματοποιεί κράτηση και δεν ταξιδεύει την ίδια ημέρα.
12. Συμπλήρωμα (Supplement)
Είναι χρηματικό ποσό που συμπληρώνεται σε περίπτωση που υπάρχει συμπλήρωμα σε αμαξοστοιχία προτεραιότητας.
13. Λοιπές ενδείξεις (Other remarks)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται οποιαδήποτε παρατήρηση μπορεί να πραγματοποιηθεί π.χ. Συνοδευόμενο όχημα.
14. Ευρώ (ΕΥΡΩ / EURO)
Σ' αυτό το πεδίο συμπληρώνεται το ποσό το οποίο πληρώνει ο επιβάτης σε αντάλλαγμα για την υπηρεσία μεταφοράς, που του προσφέρει ο Ο.Σ.Ε.

	ΣΕ ΕΛ Σταγιάδα έκδοσης	Issuing stamp 3
Τρόπος πληρωμής Method of payment 2	Σας έχουμε εξασφαλίσει/We have reserved for you 5	
4 Θέσεις/Places	6 6A 6B 6Γ	
Αναχώρηση/Departure	6Γ	
7 Διαμερίσματα/Compartment	10 Αριθ. θέσεων/Places numbers	
	Θ. Cl. 8	9
11 Τέλος εξασφάλισης/Reservation fee		14 ΕΥΡΩ / EURO
12 Συμπλήρωμα/Supplement		
13 Λοιπές ενδείξεις/Other remarks		

ΕΝΤΥΠΟ 4: Το Σιδηροδρομικό Εισιτήριο

2.6 ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

2.6.1 Εισαγωγή

Το 1896, μετά την πρωτοβουλία του Πιέρ ντε Κουμπερτέν (Pierre de Coubertin) για την αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα, εκδόθηκε στη Γαλλία ένα μικρό ενημερωτικό βιβλίο με χρήσιμες πληροφορίες για τον Ελληνικό χώρο. Συγκεκριμένα αναφερόταν στον τρόπο χρησιμοποίησης του ίδιου του βιβλίου, στα γλωσσικά στοιχεία και χαρακτηριστικά της Ελλάδας και στον τρόπο μεταφοράς των αποσκευών των ατόμων που θα επισκέπτονταν τη χώρα μας.

Το γεγονός αυτό στάθηκε αφορμή για τη δημιουργία βιβλίων και εγχειριδίων, τα οποία σήμερα είναι γνωστά με την ονομασία **ταξιδιωτικοί οδηγοί** και **ταξιδιωτικά εγχειρίδια**.

Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια έχουν καθιερωθεί διεθνώς ως βασικές πηγές πληροφόρησης. Επίσης, πηγές πληροφόρησης πελατών είναι και τα τουριστικά φυλλάδια, οι εκθέσεις για τον τουρισμό, διάφορα οπτικοακουστικά μέσα (βιντεοκασέτες, ψηφιακοί δίσκοι, teletext), το διαδίκτυο (internet) καθώς και διάφορες άλλες πηγές (γνωστοί, φίλοι, διαφημίσεις κ.τ.λ.).



ΣΧΗΜΑ 2.14: Πηγές Πληροφόρησης Πελατών

2.6.2 Οι Ταξιδιωτικοί Οδηγοί

Η ανάγκη για πληροφόρηση των μετακινούμενων ατόμων για τουριστικούς - και όχι μόνον - λόγους και το πλήθος των τουριστικών επιχειρήσεων, επέβαλε την ύπαρξη στον τουριστικό χώρο διάφορων ειδών ταξιδιωτικούς οδηγούς, οι οποίοι καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα τουριστικών πληροφοριών στον Ελληνικό και στο διεθνή χώρο.

Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί είναι ιδιαίτερα χρήσιμοι γιατί εξυπηρετούν συγχρόνως τα Τουριστικά Γραφεία και τον τουρίστα - πελάτη. Κατανέμονται ανάλογα με το περιεχόμενό τους σε τρεις (3) ομάδες:

- Ομάδα 1η

Στους ταξιδιωτικούς οδηγούς στους οποίους οι πληροφορίες αναφέρονται σε έναν τομέα και είναι ταξινομημένες κατά γεωγραφική ενότητα. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της ομάδας, από τον Ελληνικό χώρο, αποτελούν οι οδηγοί: “Ελληνικά Ξενοδοχεία”, “Οδηγός Ενοικιαζόμενων Καταλυμάτων” κ.ά.

- Ομάδα 2η

Στους ταξιδιωτικούς οδηγούς στους οποίους οι πληροφορίες αναφέρονται σε πολλούς τομείς και είναι ταξινομημένες κατά γεωγραφική ενότητα ή συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Χαρακτηριστικά παραδείγματα του Ελληνικού χώρου ως προς την γεωγραφική ενότητα αποτελούν οι οδηγοί: “Τουριστικός Οδηγός της Ελλάδος”, “Αποδράσεις”, “Διακοπές” κ.ά. και μεμονωμένα κατά γεωγραφική περιοχή: “Κως”, “Ευρυτανία”, “Αθήνα” κ.ά.

- Ομάδα 3η

Στους ταξιδιωτικούς οδηγούς στους οποίους οι πληροφορίες αναφέρονται σε πολλούς τομείς και είναι ταξινομημένες κατά είδος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα του Ελληνικού χώρου αποτελούν οι οδηγοί: “Greek Travel Pages” και “Hellenic Travelling”.

Στη συνέχεια, δίνεται ένα παράδειγμα ταξιδιωτικού οδηγού για κάθε ομάδα.

- Ομάδα 1η

Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αυτής της ομάδας είναι ο ταξιδιωτικός οδηγός “Ελληνικά Ξενοδοχεία”, ο οποίος εκδίδεται κάθε έτος από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (Ξ.Ε.Ε.) και παρέχει πληροφορίες για τις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας μας, που λειτουργούν νόμιμα, δηλαδή που έχουν προμηθευτεί σήμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.). Χωρίζεται με βάση τα διαμερίσματα και τους νομούς της χώρας. Κάθε νομός περιλαμβάνει αλφαβητικά τα ξενοδοχεία, διαχωρίζοντάς τα ανάλογα με την κατηγορία τους. Για κάθε ξενοδοχείο αναλύονται οι παρεχόμενες υπηρεσίες με συμβολισμούς, οι οποίοι επεξηγούνται σε ειδικό ευρετήριο, οι τιμές και η πλήρης διεύθυνσή τους.

• Ομάδα 2η

Στη δεύτερη ομάδα, οι ταξιδιωτικοί οδηγοί διαχωρίζονται βάση των διαμερισμάτων της χώρας μας και εκδίδονται συνήθως κάθε έτος, από δημοσιογραφικούς οργανισμούς, από Τουριστικά Γραφεία, από εκδοτικούς οίκους ή από συμπράξεις τουριστικών σωματείων και τουριστικών συλλόγων κ.ά. Η βασική δομή του περιεχομένου τους, έχει ως εξής:

- ✓ Γεωγραφική παρουσίαση και διαχωρισμός περιοχών.
- ✓ Ιστορία και πολιτισμός κάθε περιοχής.
- ✓ Τρόπος πρόσβασης με μεταφορικό μέσον και τοπικά δρομολόγια.
- ✓ Καταλύματα.
- ✓ Αξιοθέατα και αρχαιολογικοί χώροι.
- ✓ Χιονοδρομικά κέντρα, καταφύγια, μαρίνες, παραλίες για κολύμβηση και καλοκαιρινές αθλητικές δραστηριότητες κ.ά., αναλόγως του θέματος του περιεχομένου τους.
- ✓ Τοπικές εκδρομές.
- ✓ Τοπικές εκδηλώσεις.
- ✓ Τοπικά εδέσματα.
- ✓ Διασκέδαση.
- ✓ Τιμές.
- ✓ Χρήσιμα τηλέφωνα δημόσιων υπηρεσιών και υγειονομικών σταθμών.
- ✓ Χάρτες.

• Ομάδα 3η

Στην τρίτη ομάδα αντιπροσωπευτικά παραδείγματα είναι οι ταξιδιωτικοί οδηγοί “Greek Travel Pages” (GTP) και “Hellenic Travelling”, οι οποίοι είναι ιδιαίτερα χρήσιμοι στα Τουριστικά Γραφεία. Το “G.T.P.” και το “Hellenic Travelling” βάση των περιεχομένων τους λειτουργούν σαν ταξιδιωτικοί οδηγοί και σαν ταξιδιωτικά εγχειρίδια. Λόγω της ιδιομορφίας αυτής εξετάζονται σε χωριστό κεφάλαιο μετά τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια.

2.6.3 Τα Ταξιδιωτικά Εγχειρίδια

Τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια καλύπτουν συγκεκριμένους τομείς τουριστικών υπηρεσιών και χρησιμοποιούνται κυρίως από τα Τουριστικά Γραφεία και τις αεροπορικές ή ναυτιλιακές εταιρείες. Τα περιεχόμενά τους έχουν σχέση με τις δρομολογήσεις των μεταφορικών μέσων και τις εκδόσεις των εισιτηρίων καθώς και με ειδικές - εξειδικευμένες πληροφορίες για το τουριστικό ταξίδι του πελάτη - τουρίστα. Τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια εκδίδονται για να λειτουργούν σε παγκόσμιο επίπεδο αλλά και σε εθνικό επίπεδο.

Τα βασικότερα εγχειρίδια τα οποία χρησιμοποιούνται από τα Τουριστικά Γραφεία στον Ελληνικό χώρο είναι:

- **Passenger Air Tariff (P.A.T).**

Το εγχειρίδιο “Passenger Air Tariff” εκδίδεται κάθε μήνα από την I.A.T.A. (International Air Transport Association - Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών) και την S.I.T.A. (Societe International de Telecommunications Aeronautiques - Διεθνής Εταιρεία Αεροναυτικών Τηλεπικοινωνιών), σε τρεις (3) τόμους και χρησιμοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο για την κατασκευή αεροπορικών ναύλων. Περιέχει κανόνες της IATA, πληροφορίες για τιμές εισιτηρίων και δρομολογίων αεροπορικών εταιρειών (NUC, ROE, MCT, FARES, ROUTINGS), χιλιομετρικές αποστάσεις (TICKETING, POINT, MILEAGE κ.ά.).

- **Original Airline Guide (O.A.G.).**

Το εγχειρίδιο “Original Airline Guide”, εκδίδεται σε δύο τόμους (εκ των οποίων ο ένας κάθε μήνα και ο δεύτερος κάθε δίμηνο) από την I.A.T.A. και χρησιμοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο. Περιέχει πληροφορίες κυρίως για το αεροπορικό ταξίδι όπως: τοπικές ώρες αφίξεων και αναχωρήσεων, νομίσματα κρατών, καταλύματα κοντά στα αεροδρόμια, πρεσβείες κρατών, κεντρικά γραφεία όλων των αεροπορικών κρατών, επιτρεπόμενο βάρος αποσκευών και περιεχόμενό τους, χάρτες κ.ά.

Επίσης περιέχει πληροφορίες για τα δρομολόγια των αεροπορικών εταιρειών και τις ανταποκρίσεις τους, τους τύπους των αεροσκαφών, τα σχεδιαγράμματα των βασικών διεθνών αεροδρομίων και τις υπηρεσίες που αυτά διαθέτουν, τους κωδικούς των αεροπορικών εταιρειών, των τύπων αεροσκαφών, των πολιτειών, των πόλεων και αεροδρομίων κ.ά.

(Περισσότερες πληροφορίες για το εγχειρίδιο “O.A.G.”, μπορούν να πάρουν οι ενδιαφερόμενοι από τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις: www.oag.com).

- **Travel Information Manual (T.I.M.).**

Το εγχειρίδιο “Travel Information Manual” εκδίδεται από την I.A.T.A. κάθε μήνα και χρησιμοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο. Περιέχει πληροφορίες που έχουν σχέση με το κράτος προορισμού που επιθυμεί να επισκεφθεί κάποιος. Ειδικότερα δίνει για κάθε χώρα πληροφορίες οι οποίες αφορούν: τη γεωγραφική θέση, τους τύπους των διαβατηρίων και της visa (άδεια εισόδου και εξόδου από το κράτος προορισμού), τις υπηκοότητες, τους αεροπορικούς φόρους και τους κανονισμούς των τελωνείων, τις περιοχές κυκλοφορίας του πρώην γαλλικού νομίσματος και της στερλίνας και τις συμφωνίες - ενώσεις - συνασπισμούς - οργανισμούς κ.τ.λ.. όπου ανήκουν τα διάφορα κράτη π.χ. η χώρα μας ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Τέλος, παρέχει πληροφορίες για θέματα σχετικά με τις επιδημίες που επικρατούν στα κράτη (πανώλη, κίτρινος πυρετός, μαλάρια κ.ά.) τις περιοχές υψηλής επικινδυνότητας, τους τρόπους αντιμετώπισής τους (εμβολιασμοί) και τα μέτρα προστασίας που λαμβάνονται για τους επιβάτες και τις αεροπορικές εταιρείες.

Εκτός από τα προαναφερθέντα υπάρχουν εγχειρίδια τα οποία περιέχουν

μόνον **δρομολόγια μέσω μαζικής μεταφοράς (timetables)** εσωτερικού και εξωτερικού. Είναι απλά και ιδιαίτερα εύκολα στην χρήση και μπορεί όποιος θέλει να ταξιδέψει να πάρει πληροφορίες για τα σημεία και τις ώρες αναχώρησης, τους ενδιάμεσους σταθμούς και τα σημεία και τις ώρες άφιξης. Τέτοιου τύπου εγχειρίδια εκδίδονται και διανέμονται από τον Ο.Σ.Ε. (Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος), από τις αεροπορικές εταιρείες, από τις ναυτιλιακές εταιρείες κ.τ.λ.

2.6.4 Οι Συνδυασμοί Ταξιδιωτικών Οδηγών και Ταξιδιωτικών Εγχειριδίων

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, υπάρχουν συνδυαστικά ταξιδιωτικά βιβλία, των οποίων το περιεχόμενο δίνει πληροφορίες γενικής μορφής για υπηρεσίες και προϊόντα του τουριστικού χώρου ταξινομημένα ανά είδος, αλλά και ειδικές πληροφορίες για δρομολόγια μέσω μαζικής μεταφοράς. Έτσι χρησιμοποιούνται και ως ταξιδιωτικοί οδηγοί και ως ταξιδιωτικά εγχειρίδια, παρέχοντας την δυνατότητα στους πελάτες - τουρίστες να ενημερώνονται μέσω του Τουριστικού Γραφείου.

Τέτοιου τύπου οδηγοί - εγχειρίδια είναι το **“Greek Travel Pages” (G.T.P.)** και το **“Hellenic Travelling”**, οι οποίοι εκδίδονται κάθε μήνα και χρησιμοποιούνται διεθνώς ως πηγή πληροφοριών για τον Ελλαδικό χώρο. Και οι δύο οδηγοί - εγχειρίδια περιέχουν τις ίδιες περίπου πληροφορίες και περιλαμβάνουν:

- ✓ Νέα του μήνα.
- ✓ Γραφεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην Ελλάδα και διεθνώς καθώς και τις διευθύνσεις τους.
- ✓ Αεροπορικές εταιρείες και τις διευθύνσεις τους.
- ✓ Ναυτιλιακές εταιρείες και τις διευθύνσεις τους.
- ✓ Διεθνή και εσωτερικά αεροπορικά δρομολόγια.
- ✓ Διεθνή και εσωτερικά ακτοπλοϊκά δρομολόγια.
- ✓ Δρομολόγια λεωφορείων.
- ✓ Δρομολόγια σιδηροδρόμων.
- ✓ Πρεσβείες και προξενεία.
- ✓ Μουσεία και αξιοθέατα διαχωρισμένα κατά περιοχές.
- ✓ Χιονοδρομικά κέντρα.
- ✓ Σπήλαια.
- ✓ Καταφύγια.
- ✓ Μουσικές εορτές και εκδηλώσεις. Μουσικές συναυλίες (festivals).
- ✓ Οργανωμένες εκδρομές από tour operators.
- ✓ Τουριστικά Γραφεία.
- ✓ Ξενοδοχεία και παρεχόμενες υπηρεσίες αυτών.
- ✓ Κατασκηνώσεις.

- ✓ Κρουαζιέρες.
- ✓ Ναυτιλιακές εταιρείες κρουαζιέρων.
- ✓ Εταιρείες που διαθέτουν πλοιάρια (yacht) για ενοικίαση.
- ✓ Γραφεία ενοικιάσεων αυτοκινήτων, λιμουζίνων, μοτοσικλετών.
- ✓ Γραφεία μεταφορικών εταιρειών αποσκευών και εμπορευμάτων.
- ✓ Ταξιδιωτικά έγγραφα.
- ✓ Κωδικούς αριθμούς κλήσης τηλεφώνων εσωτερικού και εξωτερικού.
- ✓ Χάρτες.
- ✓ Τρόπο χρησιμοποίησης των εγχειριδίων - οδηγών.
(Περισσότερες πληροφορίες μπορούν να πάρουν οι ενδιαφερόμενοι από τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις:
Για τον οδηγό - εγχειρίδιο "G.T.P.": <http://www.gtp.gr>

Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί και τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια δεν είναι αποκλειστικά διαφημιστικά περιοδικά ή βιβλία. Απλώς προβάλλουν το θέμα το οποίο διαπραγματεύονται. Γι' αυτό το περιεχόμενό τους πρέπει να είναι σαφές και να έχουν αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Αυτό που χαρακτηρίζει ένα καλό οδηγό και ένα λειτουργικό εγχειρίδιο είναι η ευχρηστία τους, η πληρότητα του θέματος, η ποικιλία των στοιχείων και ο τρόπος παρουσίασής τους.

2.6.5 Τα Τουριστικά Φυλλάδια

Τα τουριστικά φυλλάδια είναι κατάλογοι του Τουριστικού Γραφείου στους οποίους περιέχονται τα τουριστικά προϊόντα και οι τουριστικές υπηρεσίες που παρέχονται στον τουρίστα - πελάτη. Αντίθετα με τους ταξιδιωτικούς οδηγούς και τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια, τα **τουριστικά φυλλάδια** είναι διαφημιστικά έντυπα. Εκδίδονται από τα Τουριστικά Γραφεία ή από τους tour operators για την διαφήμιση και προώθηση των τουριστικών πακέτων (συνδυασμός τουριστικών υπηρεσιών και τουριστικών προϊόντων). Αναφέρουν αναλυτικά τις βασικές **πληροφορίες** που πρέπει να περιέχει ένα τουριστικό φυλλάδιο, οι οποίες είναι:

- ✓ το όνομα του Τουριστικού Γραφείου ή του Tour Operator,
- ✓ τον τόπο προορισμού με τα τουριστικά ενδιαφέροντα,
- ✓ τα μέσα μεταφοράς από και προς τον τόπο προέλευσης του τουρίστα-πελάτη,
- ✓ τη διάρκεια του τουριστικού πακέτου σε συγκεκριμένες ημέρες ή ημερομηνίες.
- ✓ το δρομολόγιο, τις ημερομηνίες και τις ώρες αναχώρησης και επιστροφής,
- ✓ το τουριστικό κατάλυμα με τις προσφερόμενες υπηρεσίες του,
- ✓ την ύπαρξη ή όχι συνοδού και ξεναγού,
- ✓ την τιμή του τουριστικού πακέτου και τις τυχόν επιπλέον οικονομικές επιβαρύνσεις,

- ✓ τους όρους κράτησης και ακύρωσης,
- ✓ την ασφάλιση ατόμων και αποσκευών,
- ✓ τις πληροφορίες για άλλες υπηρεσίες και διευκολύνσεις,
- ✓ τις υπηρεσίες που δεν περιλαμβάνονται,
- ✓ τις προαιρετικές υπηρεσίες οι οποίες επιβαρύνουν οικονομικά τον τουρίστα-πελάτη,
- ✓ τους όρους συμμετοχής του τουρίστα-πελάτη.



ΕΙΚΟΝΑ 2.12: Τουριστικά Φυλλάδια

2.6.6 Οι Ψηφιακοί Δίσκοι (CD-ROMs)

Η ανάπτυξη της ψηφιακής τεχνολογίας δεν άφησε ανεπηρέαστο τον τουριστικό τομέα. Τα Τουριστικά Γραφεία χρησιμοποιούν τις νέες δυνατότητες της τεχνολογίας αυτής ως πηγή πληροφόρησης πελατών. Έχουν αναπτύξει οπτικοακουστικές εφαρμογές τόσο για την ενημέρωση των τουριστών όσο και για τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Οι ταξιδιωτικοί οδηγοί βρίσκονται πλέον σε μορφή ψηφιακών δίσκων με μνήμη μόνο για ανάγνωση (CD-ROMs). Τα CD-ROMs λειτουργούν ως άμεσοι φορείς παροχής πληροφοριών στους πελάτες-τουρίστες, λόγω του μεγάλου πλήθους πληροφοριών που μπορούν να διαχειριστούν και την ευκολία χρήσης τους.

Αντίθετα, τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια σε CD-ROMs λειτουργούν ως έμμεσοι φορείς παροχής πληροφοριών από τα Τουριστικά Γραφεία προς τους πελάτες - τουρίστες, αφού οι εξειδικευμένες πληροφορίες που περιέχουν και η περιορισμένη διάθεσή τους στην αγορά, δεν επιτρέπουν τη χρησιμοποίησή τους από το ευρύ κοινό.

2.6.7 Το Διαδίκτυο (Internet)

Μία ακόμη εξέλιξη της τεχνολογίας είναι το Διαδίκτυο (Internet), που ήδη έχει αξιοποιήσει και ο τομέας του τουρισμού. Το Διαδίκτυο μεταφέρει παγκοσμίως πληροφοριακό υλικό και στις ιστοσελίδες του (sites), προβάλλονται θέματα γενικής μορφής που αφορούν τουριστικούς προορισμούς ή ειδικής μορφής που αφορούν τουριστικά καταλύματα, αεροπορικά και ακτοπλοϊκά δρομολόγια, μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, τοπικές μετακινήσεις, εκδηλώσεις κ.ά.

Τα Τουριστικά Πρακτορεία, βασίζονται στην ανάπτυξη της τεχνολογίας και χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο αφενός για να αντλήσουν και τα ίδια πληροφορίες, αφετέρου για να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Το Τουριστικό Πρακτορείο, για διαφημιστικούς λόγους, χρησιμοποιεί μία ιστοσελίδα, η οποία περιέχει την επωνυμία του, την πλήρη διεύθυνσή του και μία ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας (e-mail).

Η ιστοσελίδα, εκτός των προαναφερθέντων, περιέχει ακόμη τα τουριστικά προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτει το Τουριστικό Πρακτορείο, όπως είναι τουριστικά πακέτα, τουριστικά καταλύματα, μεταφορικά μέσα, τιμές, εισιτήρια κ.τ.λ., τα οποία έχει τη δυνατότητα να προβάλλει σε μορφή πολυμέσων (multimedia), ώστε ο τελικός καταναλωτής να έχει πλήρη ενημέρωση. Ουσιαστικά το Τουριστικό Γραφείο, προβάλλει με αυτόν τον τρόπο τα τουριστικά του φυλλάδια.

Επίσης, μέσω του Διαδικτύου, ο τουρίστας - καταναλωτής έχει την δυνατότητα επικοινωνίας και κρατήσεων με το Τουριστικό Γραφείο, με τη χρησιμοποίηση της **ηλεκτρονικής διεύθυνσης του (e-mail)** ή της **ιστοσελίδας του** και πληρωμής μέσω πιστωτικών καρτών. Έτσι, βρίσκει αξιόπιστες πληροφορίες για τον τουριστικό προορισμό του και ενημερώνεται για προσφορές και ειδικές τιμές, επιλέγοντας το ταξίδι του από τον Η/Υ.

Στην Ελληνική αγορά τα συστήματα on line, εκτός της διευκόλυνσης του τουρίστα - πελάτη, έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν διευκολύνσεις και στο Τουριστικό Γραφείο με μείωση του λειτουργικού κόστους (λιγότερο προσωπικό), αύξηση των σημείων πωλήσεων (με τη χρήση των τερματικών των Η/Υ), παρακολούθηση των πωλήσεων του Τουριστικού Γραφείου και της πληρότητας των εκδρομών (με τη δυνατότητα των Η/Υ για άμεση καταχώρηση και ταξινόμηση των δεδομένων), δημιουργία πελατολογίου, ύψος εισπράξεων, στατιστικά δεδομένα τουριστών - πελατών, κ.ά.

Η εμφάνιση του **ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)**, δηλαδή η αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου, παρέχει τη δυνατότητα αύξησης των πωλήσεων των Τουριστικών Γραφείων, αφού το Διαδίκτυο έχει παγκόσμια προβολή.

Παρ' όλα αυτά, υπάρχει η άποψη πως το Τουριστικό Γραφείο απειλείται, αφού ο καθένας που διαθέτει έναν προσωπικό υπολογιστή (PC), μπορεί από το σπίτι του να πραγματοποιήσει κρατήσεις, αγορές και πληρωμές τουριστικών προϊόντων άμεσα από τους παραγωγούς τους μειώνοντας το μεσολαβητικό ρόλο του Τουριστικού Γραφείου. Όμως ο άρτιος τεχνολογικός εξοπλισμός του Τουριστικού Πρακτορείου, η πλήρης ενημέρωσή του, η ποιοτική προσφορά των υπηρεσιών του και η ποικιλία τουριστικών προορισμών, κάνει το ρόλο του Τουριστικού Γραφείου αναγκαίο στον τουρίστα - πελάτη. Έτσι, αναβαθμίζοντας πάντοτε τις προσφερόμενες υπηρεσίες του και την ποιότητα των προϊόντων του, θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις και προσδοκίες των τουριστών - πελατών.

2.6.8 Οι Εκθέσεις

Ως πηγή πληροφόρησης λειτουργούν επίσης και οι **εκθέσεις** που πραγματοποιούνται σε ειδικούς χώρους και αφορούν τον τουριστικό τομέα. Σκοπός των εκθέσεων είναι η ενημέρωση και η άμεση προβολή των τουριστικών προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρονται. Οι τουριστικές εκθέσεις χωρίζονται σε δύο (2) κατηγορίες:

- Σε εμπορικές εκθέσεις που απευθύνονται μόνον σε επαγγελματίες, όπως είναι η "XENIA", η οποία πραγματοποιείται στην Αθήνα.
- Σε συνδυαστικές εκθέσεις που απευθύνονται στο ευρύ κοινό αλλά και σε επαγγελματίες όπως είναι το "ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΝΟΡΑΜΑ", που πραγματοποιείται στην Αθήνα και η Διεθνής Έκθεση "FILOXENIA", που πραγματοποιείται στη Θεσσαλονίκη. Επίσης, ως Διεθνείς Εκθέσεις στην Ευρώπη μπορούν να αναφερθούν οι τουριστικές εκθέσεις της Μαδρίτης (FITUR), της Γενεύης (EIBTM), της Πράγας (Holiday World), του Όσλο (Reiseliv), της Βουδαπέστης (Utazas) κ.ά.



ΕΙΚΟΝΑ 2.13: Εκθεσιακός Χώρος

2.6.9 Άλλες Πηγές Πληροφόρησης

Εκτός από τις προαναφερθείσες, άλλες πηγές πληροφόρησης των τουριστών-πελατών είναι οι συγγενείς, γνωστοί και φίλοι, οι οποίοι επιστρέφοντας από τους διάφορους τουριστικούς τόπους και έχοντας κάνει χρήση των τουριστικών υπηρεσιών διάφορων Τουριστικών Γραφείων, γίνονται με τις περιγραφές τους πηγές πληροφόρησης των μελλοντικών τουριστών-πελατών.

Επίσης, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση) αποτελούν πηγές πληροφόρησης προβάλλοντας στο κοινό τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα τα οποία διαφημίζονται από Τουριστικά Γραφεία καθώς και εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς. Ιδιαίτερα η τηλεόραση αποτελεί ισχυρή πηγή πληροφόρησης, μέσω της χρήσης βιντεοταινιών που αναφέρονται σε τουριστικούς τόπους, αλλά και τη δυνατότητα χρήσης του συστήματος teletext που αναφέρεται σε εξειδικευμένες πληροφορίες δρομολογίων και άλλων παρεχόμενων υπηρεσιών.

Άλλες πηγές πληροφόρησης είναι οι αφίσες σε πλατείες, μετρό, στάσεις, σταθμούς, λιμάνια, οργανισμούς κ.ά., οι δημοσιεύσεις στον ειδικό-επαγγελματικό τύπο για Τουριστικά Γραφεία και Ταξιδιώτες, τα διαφημιστικά δώρα και οι ενημερώσεις που γίνονται από διάφορους φορείς, όπως σωματεία, οργανώσεις, σύλλογοι, επιχειρήσεις, ταξιδιωτικά clubs κ.ά.

2.7 ΤΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ

Ένας τουρίστας-πελάτης μπορεί να ταξιδέψει εκτός των φυσικών ορίων της χώρας διαμονής του, δηλαδή σε χώρα του εξωτερικού, έχοντας στην κατοχή του τους **τίτλους μεταφοράς** του και συγκεκριμένα **ταξιδιωτικά έγγραφα**.

Ανάλογα με το μεταφορικό μέσο με το οποίο θα ταξιδέψει ο τουρίστας-πελάτης, το Τουριστικό Γραφείο εκδίδει και τον αντίστοιχο τίτλο μεταφοράς, δηλαδή αεροπορικό, ακτοπλοϊκό, σιδηροδρομικό ή άλλου τύπου εισιτήριο.

Το διαβατήριο και η θεώρησή του (visa), καθώς και η κάρτα υγείας και εμβολιασμού αποτελούν τα ταξιδιωτικά έγγραφα. Το Τουριστικό Γραφείο μεσολαβεί για την έκδοση των ταξιδιωτικών εγγράφων μεταξύ του τουρίστα-πελάτη και της αντίστοιχης εκδίδουσας δημόσιας αρχής ή δημόσιου νοσοκομείου και σε καμία περίπτωση δεν εκδίδει το ίδιο τα συγκεκριμένα ταξιδιωτικά έγγραφα.

Το Τουριστικό Γραφείο πρέπει να είναι σε θέση να δίνει ουσιαστικές οδηγίες για τα ταξιδιωτικά έγγραφα που απαιτούνται για τη μετακίνηση των τουριστών-πελατών του. Επίσης, πρέπει να γνωρίζει λεπτομέρειες για τα απαραίτητα δικαιολογητικά που χρειάζεται ένας τουρίστας-πελάτης για την έκδοσή τους,

τον απαιτούμενο χρόνο έκδοσης, καθώς και λεπτομέρειες για τη συμπλήρωσή τους.

2.7.1 Το Διαβατήριο και η Θεώρησή του

Το **διαβατήριο** είναι ένα επίσημο έγγραφο, που εκδίδεται από αρμόδια δημόσια αρχή και με το οποίο εφοδιάζεται ο πολίτης που θέλει να ταξιδέψει έξω από τα όρια της χώρας του. Ουσιαστικά το διαβατήριο θεωρείται έγγραφο με το οποίο η δημόσια αρχή της χώρας που το εκδίδει, επιτρέπει την άδεια εξόδου του προσώπου στο οποίο αναφέρεται, από τη χώρα.

Το διαβατήριο εκδίδεται και ισχύει για τις χώρες προορισμού ενός πολίτη αλλά και για τις χώρες από τις οποίες διέρχεται, εκτός εάν αναφέρεται εξαίρεση για συγκεκριμένη χώρα προορισμού.

Τα στοιχεία τα οποία περιέχει το διαβατήριο είναι:

- ❖ Στο εξώφυλλο: το εθνόσημο και το όνομα της χώρας, η οποία το εκδίδει.
- ❖ Στα εσώφυλλα:
 - ❖ Χρήσιμες πληροφορίες για τον κάτοχό του.
 - ❖ Χρονική ισχύς του διαβατηρίου.
 - ❖ Σελίδες θεωρήσεων (visas).
 - ❖ Σελίδα για μέλη οικογένειας.
 - ❖ Σελίδα ιδιαίτερων στοιχείων κατόχου, όπως είναι ο αριθμός ταυτότητας, δημοτολογίου και η διεύθυνση κατοικίας.
 - ❖ Σελίδα βασικών στοιχείων του κατόχου του, όπως:
 - ✦ φωτογραφία του,
 - ✦ το ονοματεπώνυμο και το όνομα πατρός του κατόχου,
 - ✦ την ιθαγένεια-εθνικότητα του κατόχου,
 - ✦ την πλήρη ημερομηνία και τον τόπο γέννησης του κατόχου,
 - ✦ το φύλο του κατόχου,
 - ✦ το ύψος του κατόχου,
 - ✦ το χρώμα των ματιών του κατόχου,
 - ✦ την ακριβή ημερομηνία έναρξης και λήξης του διαβατηρίου.
 - ❖ Τέλος, τη σφραγίδα της αρμόδιας αρχής και τον αριθμό των σελίδων του.

Βασική προϋπόθεση για να εκδοθεί ένα διαβατήριο σε πολίτη μιας χώρας, είναι να μην του έχει στερηθεί η άδεια εξόδου από τη χώρα μετά από δικαστική απόφαση και να είναι κάτοχος δελτίου αστυνομικής ταυτότητας.

Στην περίπτωση που ένα άτομο είναι υπήκοος και κάτοικος δύο ή περισσότερων χωρών μπορεί να έχει στην κατοχή του διαβατήριο από κάθε χώρα.

Ο κάτοχος πολλών διαβατηρίων μπορεί να ταξιδεύει με οποιαδήποτε από αυτά, με την προϋπόθεση ότι γίνονται δεκτά στη χώρα προορισμού.

Τα είδη των διαβατηρίων τα οποία υπάρχουν είναι τα εξής:

- Απλά ή κοινά διαβατήρια, που χρησιμοποιούνται από όλους τους πολίτες μιας χώρας.
- Οικογενειακά διαβατήρια, τα οποία εκδίδονται για όλα τα άτομα μιας οικογένειας (γονείς και παιδιά) και ουσιαστικά χρησιμοποιούνται όταν η οικογένεια έχει ανήλικα παιδιά, τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα κατοχής διαβατηρίου.
- Διπλωματικά ή προξενικά διαβατήρια, που εκδίδονται σε διπλωμάτες, πρόξενους και άλλους κυβερνητικούς αξιωματούχους, οι οποίοι ταξιδεύουν με ειδική εντολή του κράτους. Τα διαβατήρια σε αυτές τις περιπτώσεις χορηγούνται υπηρεσιακά.
- Διαβατήρια του Ερυθρού Σταυρού, που εκδίδονται μόνο από τα Ηνωμένα Έθνη και χρησιμοποιούνται κυρίως στις εμπόλεμες περιοχές του κόσμου.
- Ομαδικά διαβατήρια, τα οποία εκδίδονται για ομάδα τουριστών-πελατών, η οποία πρέπει να αριθμεί τουλάχιστον δέκα (10) άτομα. Η έκδοση ομαδικού διαβατηρίου ισχύει για τα Τουριστικά Γραφεία, πραγματοποιείται από τη Νομαρχία στην οποία υπάγεται το Τουριστικό Γραφείο και ισχύει μόνο για συγκεκριμένο τουριστικό ταξίδι.

Στη χώρα μας, για την έκδοση ατομικού διαβατηρίου χρειάζονται τα ακόλουθα:

- ✓ Δελτίο αστυνομικής ταυτότητας.
- ✓ Φωτοτυπία ταυτότητας.
- ✓ Λογαριασμός ΔΕΗ ή ΕΥΔΑΠ και φορολογική δήλωση για το μόνιμο της κατοικίας.
- ✓ Δύο (2) φωτογραφίες.
- ✓ Παράβολο αξίας 26,40 ευρώ από δημόσιο ταμείο.
- ✓ Τέσσερα (4) ευρώ για το στέλεχος του διαβατηρίου.

Το διαβατήριο εκδίδεται από τη Νομαρχία στην οποία υπάγεται ο κάθε πολίτης, συνήθως σε δύο (2) εργάσιμες ημέρες.

Σε περίπτωση επανέκδοσης χρειάζονται όλα τα προηγούμενα αναφερόμενα στοιχεία και το παλαιό διαβατήριο.

Για την έκδοση οικογενειακού διαβατηρίου χρειάζονται τα δικαιολογητικά του ατομικού διαβατηρίου. Επιπλέον χρειάζονται:

- ✓ φωτογραφίες των παιδιών,
- ✓ η συγκατάθεση των γονιών τους,
- ✓ πιστοποιητικό ταυτοπροσωπίας από το Δήμο.

Η έκδοση διαβατηρίου εκτός από τη Νομαρχία μπορεί να πραγματοποιηθεί από την υπηρεσία εξυπηρέτησης του πολίτη με τον αριθμό κλήσης 1502 του ΟΤΕ και τον διευκολύνει να γίνει κάτοχος του διαβατηρίου του εντός πέντε (5) ημερών.

Η διάρκεια ισχύος του διαβατηρίου είναι πενταετής εκτός από τις περιπτώσεις των αγοριών τα οποία δεν έχουν εκπληρώσει τις στρατιωτικές τους υποχρεώσεις, οπότε το διαβατήριό τους ισχύει για ένα μόνο έτος.

Οι πολίτες των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίοι μετακινούνται σε άλλο κράτος-μέλος, έχουν τη δυνατότητα να μην χρησιμοποιούν διαβατήριο αλλά μόνο την αστυνομική τους ταυτότητα.

Πριν από τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο τα διαβατήρια ήταν υποχρεωτικά μόνο στη Ρωσία και στην Τουρκία. Κατόπιν έγιναν υποχρεωτικά σε όλες τις χώρες του κόσμου, με την απαιτούμενη θεώρηση (visa).

Η **θεώρηση (visa)** είναι μια έγκριση από τις διπλωματικές αρχές ενός κράτους, οι οποίες ουσιαστικά επιτρέπουν την είσοδο του ατόμου στη χώρα, γι' αυτό ονομάζεται και προξενική ενημερότητα. Η visa εμφανίζεται στα φύλλα του διαβατηρίου που έχουν την ένδειξη "Θεωρήσεις - Visa", με μία σφραγίδα.

Στις περισσότερες χώρες του κόσμου η visa είναι επιβεβλημένη από το ίδιο το κράτος για όλους τους ξένους υπηκόους. Υπάρχουν όμως χώρες οι οποίες επιτρέπουν την είσοδο στη χώρα συγκεκριμένων υπηκόων χωρίς visa, ανάλογα με τις διακρατικές συμφωνίες που ισχύουν.

Γι' αυτό, το Τουριστικό Γραφείο πρέπει απαραίτητως να γνωρίζει το καθεστώς που ισχύει σε κάθε χώρα στην οποία πρόκειται να ταξιδέψει ο τουρίστας-πελάτης, καθώς και τα απαραίτητα δικαιολογητικά (διαβατήριο, φωτογραφία, αίτηση και χρηματικό ποσό το οποίο δεν είναι ίδιο για όλες τις χώρες), τα οποία προσκομίζονται στην πρεσβεία ή στο προξενείο της χώρας, για τη χορήγηση visa.

Οι λόγοι που επέβαλαν τη θεώρηση του διαβατηρίου στα κράτη είναι:

- ✓ η παράνομη είσοδος και παραμονή ατόμων σε μια χώρα,
- ✓ η είσοδος ανεπιθύμητων προσώπων, όπως είναι οι εγκληματίες, οι καταχραστές κ.ά.,
- ✓ η αύξηση των εσόδων των κρατών,
- ✓ η αμοιβαιότητα που ισχύει στις διακρατικές σχέσεις.

Η visa σε ένα διαβατήριο χρησιμοποιείται από άτομα τα οποία:

- ✓ αναχωρούν από τη χώρα μόνιμης κατοικίας τους και ταξιδεύουν σε χώρα προορισμού,
- ✓ αναχωρούν από τη χώρα προορισμού και επιστρέφουν στη χώρα μόνιμης κατοικίας τους,
- ✓ διέρχονται από μία χώρα (transit) για να καταλήξουν στη χώρα προορισμού ή στην χώρα μόνιμης διαμονής τους.

Επειδή το χρηματικό ποσό που πληρώνεται είναι διαφορετικό όταν ένα άτομο πραγματοποιήσει διαμονή σε μία χώρα και διαφορετικό όταν πραγματοποιήσει διέλευση, οι ταξιδιώτες που διέρχονται (transit) μία χώρα πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξουν ότι θα συνεχίσουν το ταξίδι τους.

Για τα άτομα των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία ταξιδεύουν σε άλλο κράτος-μέλος, εφ' όσον δε χρειάζεται άδεια εισόδου (διαβατήριο), δε χρειάζεται και έγκριση για την είσοδό τους (visa).

2.7.2 Κάρτα Υγείας και Εμβολιασμού

Η **κάρτα υγείας και εμβολιασμού** είναι απαραίτητη για κάποιες χώρες, κυρίως του τρίτου κόσμου, που βρίσκονται στην Ασία, στην Αφρική και στη Λατινική Αμερική. Ακολουθεί τον τουρίστα στο ταξίδι του και ελέγχεται από τις υγειονομικές υπηρεσίες του κράτους, στους σταθμούς εισόδου της χώρας (λιμάνια, αερολιμένες, συνοριακά φυλάκια).

Η κάρτα υγείας και εμβολιασμού έχει διπλή λειτουργία. Αφ' ενός προφυλάσσει το ίδιο το άτομο το οποίο ταξιδεύει σε κράτη στα οποία συχνά ξεσπούν θανατηφόρες επιδημίες και αφ' ετέρου προφυλάσσει τις χώρες οι οποίες δεν παρουσιάζουν τέτοιου είδους ασθένειες και επιδημίες. Γι' αυτό είναι απαραίτητο να ελέγχονται προσεκτικά οι κανονισμοί και οι διατάξεις που αποστέλλονται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας - Π.Ο.Υ. (World Health Organization - W.H.O.) και αφορούν χώρες προορισμού, χώρες αναχώρησης και χώρες ή σταθμούς ταξιδιωτών.

Παρ' όλα τα μέτρα τα οποία λαμβάνονται στους σταθμούς εισόδων μιας χώρας, η εξάπλωση επιδημιών είναι πάντοτε επίφοβη, αφού πολλές φορές οι επίσημες πληροφορίες δεν αντανakλούν την πραγματική κατάσταση ή εμφανίζονται έκτακτες καταστάσεις κατά τις οποίες, ενώ ξένοι υπήκοοι-τουρίστες βρίσκονται σ ένα κράτος, ξεσπά επιδημία. Σ' αυτές τις περιπτώσεις λαμβάνονται έκτακτα μέτρα προστασίας στους σταθμούς εισόδου μιας χώρας, με επέμβαση της Υγειονομικής Επιτροπής, για να μην εξαπλωθεί η ασθένεια.

Η προστασία των τουριστών, οι οποίοι ταξιδεύουν σε χώρες με αυξημένη επικινδυνότητα στις θανατηφόρες ασθένειες, είναι ο εμβολιασμός και η χορήγηση συγκεκριμένης δοσολογίας φαρμάκων σε μορφή κάψουλας (χαπιών). Οι βασικές ασθένειες για τις οποίες απαραίτητα χρειάζεται εμβολιασμός είναι:

- ✓ ο κίτρινος πυρετός,
- ✓ η πανώλη (χολέρα),
- ✓ ο τύφος και ο παράτυφος,
- ✓ η ελονοσία.

Στη χώρα μας η κάρτα υγείας και εμβολιασμού χορηγείται από δημόσια νοσοκομεία, προκειμένου να ταξιδέψουν τα άτομα σε χώρες οι οποίες εμφανίζουν επιδημίες και θανατηφόρες ασθένειες.

Τα Τουριστικά Γραφεία πρέπει να είναι σε θέση να δίνουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στους τουρίστες που πρόκειται να ταξιδέψουν σε χώρες με αυξημένο δείκτη επικινδυνότητας, καθώς και πληροφορίες για την προστασία των τουριστών - πελατών. Επίσης, πρέπει να δίνουν σαφείς οδηγίες για τις

ενέργειες τις οποίες θα πραγματοποιήσουν για να μπορέσουν να εφοδιασθούν με την κάρτα υγείας και εμβολιασμού.

Τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχοντας ως κύριο σκοπό τους τη διευκόλυνση των πολιτών τους, εκδίδουν ειδική κάρτα, η οποία εξασφαλίζει την ιατροφαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη, σε εργαζόμενους, φοιτητές και ταξιδιώτες οι οποίοι κινούνται μέσα στην επικράτεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης περίθαλψης ή ατυχημάτων ή έκτακτων προβλημάτων υγείας που χρειάζονται περίθαλψη ή για περιπτώσεις ατυχημάτων χωρίς την καταβολή νοσηλείων.



Τουριστική Περιοχή Αμαζονίου



ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

2.1 - 2.2

Το Τουριστικό Γραφείο, προκειμένου να αντεπεξέλθει στον όγκο των τουριστών - πελατών και να έχει θετικά οικονομικά αποτελέσματα, δρομολογεί τις εργασίες του σε τρία κύρια στάδια λειτουργίας. Στις διαδικασίες προετοιμασίας πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου, στις προσφερόμενες υπηρεσίες κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου και στην εξαγωγή συμπερασμάτων μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου.

2.3

Το Τουριστικό Γραφείο αναλαμβάνει να εξασφαλίσει τη διαμονή του τουρίστα - πελάτη υπογράφοντας συμβόλαιο - σύμβαση συνεργασίας με το τουριστικό κατάλυμα. Οι όροι των συμβάσεων βασίζονται στη συμφωνία της I.H.A. (Διεθνούς Ξενοδοχειακού Συνδέσμου) και της U.F.T.A.A. (Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Συνδέσμων Ταξιδιωτικών Πρακτόρων). Τα είδη των συμφωνιών, που συζητούνται περίπου ένα έτος πριν την υπογραφή των συμβολαίων - συμβάσεων, είναι το allotment, το commitment, το guarantee και η συμφωνία on request η οποία είναι πιο ελεύθερη χρονικά. Το περιεχόμενο των συμφωνιών αφορά τους τρόπους ενοικίασης, κράτησης, χρέωσης, πληρωμών, εγγυήσεων και συνεργασίας με τα τουριστικά καταλύματα. Ο διακανονισμός μεταξύ του τουριστικού πρακτορείου και του τουριστικού καταλύματος και η παροχή υπηρεσιών από το τουριστικό κατάλυμα στον τουρίστα - καταναλωτή πραγματοποιείται με την εντολή voucher. Η διαχείριση των κρατήσεων, η πολιτική των τιμών καθώς και οι προμήθειες στηρίζουν την όλη δομή της λειτουργίας του Τουριστικού Γραφείου και συμβολίζουν την επιτυχία της πολιτικής της επιχείρησης, καθώς και την αύξηση των κερδών της. Η σωστή συνεργασία του Τουριστικού Γραφείου και του τουριστικού καταλύματος πραγματοποιεί τις προσδοκίες των τουριστών - πελατών, οι οποίοι είναι οι κύριοι διαφημιστικοί παράγοντες των προϊόντων του Τουριστικού Γραφείου.

2.4

Η μεταφορά είναι ένα από τα βασικά συστατικά στοιχεία ενός τουριστικού ταξιδιού. Το μεταφορικό μέσο με το οποίο πραγματοποιείται αυτή η μεταφορά αποτελεί ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τουριστικού ταξιδιού.

Το αεροπλάνο βοήθησε στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού μειώνοντας τις αποστάσεις. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του αεροπορικού προϊόντος παίζουν ιδιαίτερο ρόλο στην ικανοποίηση του τουρίστα και επηρεάζουν την απόφασή του για την επιλογή τουριστικού προορισμού.

Οι κρουαζιέρες, ως σύνθετο τουριστικό προϊόν, περιέχουν συνδυασμό των συστατικών στοιχείων ενός ταξιδιού προσφέροντας ολοκληρωμένη αναψυχή στους τουρίστες που την επιλέγουν.

Ο σιδηρόδρομος ως παραδοσιακό μέσο μεταφοράς, συμβάλλει ακόμη με τον ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τρόπο στο τουριστικό ταξίδι, έχοντας εξασφαλίσει διαχρονικά την προτίμηση των τουριστών.

Τα τουριστικά λεωφορεία, με τη σύγχρονη ποιοτική αναβάθμισή τους, αποτελούν αναπόσπαστο συστατικό στοιχείο ενός τουριστικού ταξιδιού, συμβάλλοντας ιδιαίτερα στις πολύτιμες λεπτομέρειες που “χρωματίζουν” ένα τουριστικό ταξίδι και αναβαθμίζουν την ποιότητά του.



2.5

Μία από τις δραστηριότητες των Τουριστικών Γραφείων είναι η κράτηση θέσεων και η έκδοση εισιτηρίων στα μέσα μαζικής τουριστικής μεταφοράς. Σήμερα που αυτή η λειτουργία των Τουριστικών Γραφείων πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά συστήματα πωλήσεων, οι δυνατότητες εξυπηρέτησης των τουριστών είναι πλέον απεριόριστες. Παρ' όλη την πολυπλοκότητά της και τις ιδιαίτερες απαιτήσεις σε εξοπλισμό και τεχνογνωσία που απαιτεί η εργασία αυτή στην οργάνωση των Τουριστικών Γραφείων, οι νέες δυνατότητες που αυτή προσφέρει, συνέβαλαν στην αναβάθμιση του μεσολαβητικού ρόλου των Τουριστικών Γραφείων στο τουριστικό κύκλωμα.



2.6

Οι τουρίστες - πελάτες πληροφορούνται άμεσα από τους ταξιδιωτικούς οδηγούς, οι οποίοι αναφέρονται σε έναν ή περισσότερους τομείς ταξινομημένους κατά είδος ή κατά γεωγραφική ενότητα, από τα τουριστικά φυλλάδια τα οποία εκδίδονται από τα Τουριστικά Γραφεία, από το διαδίκτυο μέσω του οποίου μπορούν να πραγματοποιήσουν κρατήσεις, αγορές ή πληρωμές online, από τα εγχειρίδια (timetables) τα δρομολόγια των μαζικών μέσων μεταφοράς, από τους ψηφιακούς δίσκους και τις εμπορικές εκθέσεις που αφορούν τον τουριστικό τομέα. Οι τουρίστες - πελάτες ενημερώνονται έμμεσα από τα ταξιδιωτικά εγχειρίδια και τους ψηφιακούς δίσκους, που λόγω εξειδικευμένων πληροφοριών χρησιμοποιούνται μόνον από τα Τουριστικά Γραφεία, τα οποία παρέχουν τις πληροφορίες στους πελάτες - τουρίστες. Τα Τουριστικά Γραφεία θα

είναι πάντοτε χρήσιμα στους τουρίστες - πελάτες, αφού έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες και πληροφορίες, παρ' όλη την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επίσης, οι τουρίστες-πελάτες ενημερώνονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, από τις δημοσιεύσεις στον επαγγελματικό τύπο, από τις αφίσες σε καίρια σημεία των πόλεων, από τα διαφημιστικά δώρα, από συγγενείς, γνωστούς και φίλους, καθώς και από πρόσωπα διάφορων επιχειρήσεων κ.ά.

2.7

Για να ταξιδέψει ο τουρίστας έξω από την χώρα της μόνιμης διαμονής του, χρειάζεται ορισμένα ταξιδιωτικά έγγραφα. Το Τουριστικό Γραφείο πρέπει να γνωρίζει το ιδιαίτερο καθεστώς που επικρατεί σε κάθε χώρα, ώστε να πληροφορεί τον τουρίστα για τα ταξιδιωτικά έγγραφα που είναι το διαβατήριο και η θεώρησή του (visa), η κάρτα υγείας και οι τίτλοι μεταφοράς. Για την έκδοση των ταξιδιωτικών εγγράφων και τα δικαιολογητικά που χρειάζονται, το Τουριστικό Γραφείο δίνει πληροφορίες και μεσολαβεί μεταξύ του τουρίστα - πελάτη και της αρμόδιας δημόσιας αρχής ή νοσοκομείου, αλλά δεν εκδίδει το ίδιο ταξιδιωτικά έγγραφα.



ΕΝΝΟΙΕΣ-ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ



2.1 - 2.2

Άμεσες, έμμεσες υπηρεσίες - διαδικασίες προετοιμασίας - οργάνωση εργασιών - έρευνα - επιλογή προμηθευτών, συνεργατών, αντιπροσώπων - πρόσληψη, εκπαίδευση προσωπικού - αγορά, προγραμματισμός, προώθηση τουριστικών προϊόντων.

Προσφερόμενες υπηρεσίες κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου - βασικός κορμός διαδικασιών - πωλήσεις - άμεση προώθηση - συνεχείς επαφές με τους προμηθευτές, συνεργάτες, αντιπροσώπους.

Εξαγωγή συμπερασμάτων, ολοκλήρωση διαδικασιών μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου - απολογισμός - αποτέλεσμα οικονομικής πορείας - εξαγωγή στατιστικών - σωστή πολιτική.



2.3

Συμβόλαιο, συμφωνία συνεργασίας - ενδιάμεσος φορέας - allotment - out of allotment - over allotment - περίοδος αποδέσμευσης (release period) - χρό-

νος αποδέσμευσης (release time) - εναλλασσόμενοι πελάτες (back to back)
- commitment - guarantee - on request.

Τιμή πόρτας (official rate) - κανονική τιμή (normal rate) - όροι χρέωσης -
τύποι δωματίων - μεμονωμένοι πελάτες (individual) - ομάδες πελατών (group)
- ομοιογενείς, ανομοιογενείς ομάδες.

Κρατήσεις δωματίων - τρόποι κρατήσεων - πλάνο κρατήσεων - υπερκρα-
τήσεις (overbooking) - προβλέψεις (forecast) - κατάσταση κράτησης και πώλη-
σης (booking position) - παύση πωλήσεων (stop sales) - πολιτική τιμών.

Κανονική προμήθεια (normal commission) - επιπλέον προμήθεια (over
commission) - καθαρή τιμή (net) - μικτή τιμή (gross).

Voucher - ακυρωτικά - αποζημίωση - reservation voucher - full credit
voucher - cancellation voucher - amendment voucher - guarantee voucher
- deposit voucher - original voucher - rooming list - επιπλέον (extra) χρέωση.



2.4

Εναέρια, θαλάσσια, χερσαία μεταφορά - δημόσια, ιδιωτικά, ατομικά, μαζι-
κής μεταφοράς μέσα.

Αεροπορικό προϊόν - στοιχεία υλικά και άυλα - διαδικασίες - Διοίκηση Ολι-
κής Ποιότητας (Total Quality Management) - ποιοτικά χαρακτηριστικά - παρά-
γοντες ικανοποίησης - ορολογία εξυπηρέτησης επιβατών.

Επιβατηγός ναυτιλία - τακτικά δρομολόγια - κρουαζιερόπλοια (cruises) -
θαλαμηγά σκάφη.

Σιδηρόδρομος - τουριστικά λεωφορεία - εκδρομή - περιήγηση (transfer,
sightseeing, by night) - ταξί (taxi) - ιστιοφόρα - ποταμόπλοια - φορτηγίδες -
πλωτά σπίτια - ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα - πολυτελή αυτοκίνητα - εναέρια βα-
γόνια - οδοντωτός σιδηρόδρομος.



2.5

Κράτηση θέσης και έκδοση εισιτηρίων (ticketing) - αεροπορικό εισιτή-
ριο - Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών (International Air Transport
Association - I.A.T.A.) - σύστημα κράτησης μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή
(computerized reservation system) - παγκόσμιο σύστημα διανομής (global
distribution system) - έντυπο αεροπορικού εισιτηρίου - έντυπο Δελτίου Διά-
φορων Υπηρεσιών (Miscellaneous Charge Order - M.C.O.) - προπληρωμένο
εισιτήριο (Prepaid Ticket Advice - P.T.A.).

Ακτοπλοϊκό εισιτήριο - έντυπο ακτοπλοϊκού εισιτηρίου.

Σιδηροδρομικό εισιτήριο - έντυπο σιδηροδρομικού εισιτηρίου.



2.6

Ταξιδιωτικοί οδηγοί - τουριστικές πληροφορίες - ταξιδιωτικά εγχειρίδια - εξειδικευμένες πληροφορίες - δρομολόγια μέσων μαζικής μεταφοράς (timetables) - αξιοπιστία, σαφήνεια, ευχρηστία, πληρότητα, ποικιλία, τρόπος παρουσίασης πληροφοριών.

Τουριστικά φυλλάδια - ψηφιακοί δίσκοι (CD-ROMs) - άμεση, έμμεση πληροφόρηση - διαδίκτυο - ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας (e-mail) - ιστοσελίδα - ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) - εκθέσεις - συγγενείς, γνωστοί, φίλοι - μέσα μαζικής επικοινωνίας - αφίσες - δημοσιεύσεις - διαφημιστικά δώρα - ενημερώσεις.



2.7

Τίτλοι μεταφοράς - ταξιδιωτικά έγγραφα - διαβατήριο - θεώρηση διαβατηρίου (visa) - κάρτα υγείας και εμβολιασμού - ειδική κάρτα υγείας.



Κρουαζιέρα στο Γιβραλτάρ



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



2.1

1. Ποια είναι τα κύρια στάδια λειτουργίας ενός Τουριστικού Γραφείου;
2. Πώς δραστηριοποιείται ένα Τουριστικό Γραφείο κατά τη διάρκεια του έτους;
3. Ποια είναι τα τουριστικά προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει ένα Τουριστικό Γραφείο;
4. Ποιες από τις υπηρεσίες ενός Τουριστικού Γραφείου θεωρούνται άμεσες και ποιες έμμεσες;



2.2

1. Ποιες είναι οι εργασίες ενός Τουριστικού Γραφείου πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου;
2. Ανάφερε μερικές από τις βασικές εργασίες που πραγματοποιεί ένα Τουριστικό Γραφείο πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου.
3. Πώς λειτουργεί ένα Τουριστικό Γραφείο κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου;
4. Ανάφερε μερικές από τις βασικές εργασίες που πραγματοποιεί ένα Τουριστικό Γραφείο κατά τη διάρκεια αιχμής της τουριστικής περιόδου.
5. Ποιες ενέργειες πραγματοποιεί ένα Τουριστικό Γραφείο μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου;
6. Ανάφερε μερικές από τις βασικές εργασίες που πραγματοποιεί ένα Τουριστικό Γραφείο μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου.
7. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, να συντάξεις μία έκθεση-αναφορά των πεπραγμένων μιας τουριστικής περιόδου μετά τη λήξη της, λαμβάνοντας υπόψη σου όλα τα στοιχεία απολογισμού που αυτή πρέπει να περιέχει.
8. Ως παράρτημα της παραπάνω έκθεσης-αναφοράς πεπραγμένων, να συντάξεις μία έκθεση-πρόταση με τις εργασίες οργανωτικής προετοιμασίας για την επόμενη τουριστική περίοδο, από το Τουριστικό Γραφείο.
9. Κατά τη διάρκεια αιχμής μιας τουριστικής περιόδου, αναλαμβάνεις να ελέγξεις τη σωστή πορεία των εργασιών του Τουριστικού Γραφείου. Να συντάξεις μία έκθεση-αναφορά με τις εργασίες τις οποίες έλεγξες, εντοπίζοντας και αναφέροντας πιθανά προβλήματα στην εκτέλεση των

εργασιών αυτών και παρουσιάζοντας τις προτάσεις σου για την άμεση αντιμετώπισή τους.



2.3

1. Με ποιους τρόπους λειτουργεί το Τουριστικό Γραφείο για να εξασφαλίσει διαμονή για τον τουρίστα-πελάτη;
2. Τι περιλαμβάνει μία συμφωνία-συμβόλαιο ενός Τουριστικού Γραφείου με μία καταλυματική μονάδα;
3. Τι αφορούν οι όροι χρέωσης, πώς συμβολίζονται διεθνώς και σε τι αναφέρεται ο καθένας από αυτούς;
4. Ποιο είναι το περιεχόμενο της συμφωνίας Allotment;
5. Ποιοι είναι οι βασικοί όροι που περιλαμβάνει η συμφωνία Allotment;
6. Πότε το Τουριστικό Γραφείο δεν υποχρεώνεται να αποζημιώσει το τουριστικό κατάλυμα σε μία συμφωνία allotment;
7. Πού στηρίζεται η συμφωνία allotment και ποιες είναι οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων;
8. Ποια είναι η διαφορά μεταξύ out of allotment και over allotment;
9. Ποιο είναι το περιεχόμενο της συμφωνίας commitment και ποιες είναι οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων;
10. Ποιο είναι το περιεχόμενο της συμφωνίας guarantee και ποιες είναι οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων;
11. Τι δυνατότητα έχει το Τουριστικό Γραφείο στη συμφωνία on request, πώς αυτή εφαρμόζεται ανάλογα με τις περιπτώσεις συνεργασίας και ποιες είναι οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων;
12. Ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ των συμφωνιών allotment, commitment, guarantee και on request;
13. Σε ποιες συμφωνίες το Τουριστικό Γραφείο διατρέχει ιδιαίτερο οικονομικό κίνδυνο;
14. Ποια ονομάζεται τιμή πόρτας ή κανονική τιμή;
15. Ποια είναι η έννοια του overbooking;
16. Ποιοι τουρίστες-πελάτες χαρακτηρίζονται ως μεμονωμένοι και ποιοι ως ομάδες;
17. Πού αναφέρονται τα είδη κρατήσεων δωματίων;
18. Με ποιους τρόπους το Τουριστικό Γραφείο εξασφαλίζει τη διαμονή του τουρίστα-πελάτη σε ένα τουριστικό κατάλυμα;
19. Τι είναι το πλάνο κρατήσεων;
20. Ποιο είναι το περιεχόμενο της κατάστασης των κρατήσεων και πωλήσεων (booking position);

21. Σε τι αναφέρεται ο όρος παύση πωλήσεων;
22. Ποιους παράγοντες λαμβάνει υπόψη του ένα Τουριστικό Γραφείο για την τιμολόγηση των υπηρεσιών του;
23. Με ποιες μεθόδους μπορεί να πραγματοποιήσει τιμολόγηση ένα Τουριστικό Γραφείο;
24. Πώς ρυθμίζονται οι προμήθειες ενός Τουριστικού Γραφείου ανάλογα με τις συμφωνίες κράτησης δωματίων;
25. Τι είναι η εντολή κράτησης και πληρωμής (voucher);
26. Μεταξύ ποιων χρησιμοποιούνται τα vouchers για τη διευκόλυνση των εργασιών ενός Τουριστικού Γραφείου;
27. Πότε μια κράτηση δωματίου θεωρείται οριστική και ποιους δεσμεύει;
28. Τι συνέπειες έχει η ακύρωση μιας κράτησης δωματίου;
29. Πότε ο τουρίστας-πελάτης χρεώνεται κανονικές τιμές στο τουριστικό κατάλυμα;
30. Πώς διακρίνονται τα voucher ανάλογα με τον τρόπο πληρωμής τους;
31. Πώς διακρίνονται τα voucher ανάλογα με το είδος της πελατείας που εξυπηρετούν;
32. Πώς διακρίνονται τα voucher ανάλογα με την αποστολή την οποία επιτελούν;
33. Πού χρησιμοποιείται ο κατάλογος δωματίων (rooming list) και τι στοιχεία περιλαμβάνει;
34. Ποια είναι τα βασικά στοιχεία που περιέχονται στο Reservation Voucher, στο Cancellation Voucher και στο Amendment Voucher;
35. Ποιες οδηγίες παρέχει ο Διεθνής Ξενοδοχειακός Σύνδεσμος ως προς τον τρόπο αναγραφής του εντύπου του Voucher;
36. Σε πόσα φύλλα εκδίδονται τα Vouchers και πώς κατανέμεται το κάθε ένα;
37. Ποια είναι η χρησιμότητα των vouchers διαμονής και πώς διευκολύνουν την εσωτερική λειτουργία του Τουριστικού Γραφείου;
38. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, συμπλήρωσε μία σύμβαση-συμβόλαιο allotment, για όλους τους τύπους των δωματίων, τους όρους χρέωσης και των εκπτώσεων μεταξύ του Τουριστικού Γραφείου "Α" και του ξενοδοχείου "Χ" για τη θερινή περίοδο διακοπών. Επίσης, στους όρους του συμβολαίου-σύμβασης εμφάνισε τον τρόπο κατάθεσης της πληρωμής και την αποζημίωση, το χρόνο αποδέσμευσης και τους επιμέρους όρους, όπως είναι η μεταφορά και το κόστος μεταφοράς, καθώς και ειδικές προσφορές και προσφερόμενες υπηρεσίες από το ξενοδοχείο.
39. Δώσε τρία παραδείγματα προμήθειας με τιμή net και δύο παραδείγματα προμήθειας με τιμή gross.

- 40.** Το Τουριστικό σου Γραφείο εξέδωσε voucher στις 23 Μαΐου για την οικογένεια Santos S., η οποία μαζί με το παιδί τους ηλικίας ενάμισι έτους, θα αναχωρήσει στις 09:10 από την Αθήνα με πτήση της IBERIA για τη Μαδρίτη στις 21 Ιουνίου. Η οικογένεια SANTOS θα παραμείνει στο ξενοδοχείο "ESPANA" με όρους χρέωσης ημιδιατροφής και θα αναχωρήσει, αφού πραγματοποιήσει διημέρευση (day use), επτά (7) ημέρες αργότερα με πτήση της AIR FRANCE για το Παρίσι στις 23:30. Το voucher αποστέλλεται στον υπεύθυνο κρατήσεων του ξενοδοχείου κ. Lopez Gabriel. Στο Παρίσι η οικογένεια θα παραμείνει για τρεις (3) ημέρες στο ξενοδοχείο "FRANCE" με όρους χρέωσης δωματίου και πρωινού. Η αναχώρηση θα πραγματοποιηθεί με πτήση της Ολυμπιακής Αεροπορίας για Κω στις 11:45. Το voucher αποστέλλεται στον υπεύθυνο κρατήσεων του ξενοδοχείου κ. Philippe Lecroix. Στην Κω η οικογένεια θα παραμείνει στο ξενοδοχείο "COS HELLAS" για δέκα (10) ημέρες με όρους χρέωσης επίσης δωματίου και πρωινού. Από το ξενοδοχείο θα αναχωρήσει ακτοπλοϊκώς για Αθήνα στις 15:00. Το voucher αποστέλλεται στην υπεύθυνη κρατήσεων του ξενοδοχείου κ. Αναστασίου Αμαλία. Η οικογένεια Santos, δώδεκα (12) ημέρες πριν την αναχώρηση, λόγω παιδικής ασθένειας, πραγματοποίησε ακύρωση της κράτησης για το τουριστικό ταξίδι. Πραγματοποίησε τη συμπλήρωση των vouchers τα οποία είναι απλά και εξοφλούνται στο Τουριστικό Γραφείο. Επίσης, υπολόγισε, βάση των ωρών αναχώρησης των πτήσεων, όλα τα check in και τα check out στα ξενοδοχεία.
- 41.** Το Τουριστικό Γραφείο "Α" πριν από δεκαπέντε (15) ημέρες εξέδωσε voucher για ομάδα τουριστών, η οποία αποτελείται από είκοσι (20) άτομα με τουριστικό προορισμό τις Σεϋχέλλες, όπου θα παραμείνουν για δέκα (10) ημέρες. Η αναχώρηση από την Θεσσαλονίκη πραγματοποιήθηκε στις 26 Ιουλίου με την Ολυμπιακή Αεροπορία και ώρα 10:30, ενώ θα αναχωρήσουν στις 21:55 για επιστροφή στην Θεσσαλονίκη με την ίδια αεροπορική εταιρεία. Η ομάδα θα παραμείνει στο ξενοδοχείο "SEYCHELLES", με όρους χρέωσης πλήρους διατροφής. Τα άτομα που αποτελούν την ομάδα είναι: ζεύγος Αντωνίου Α. & Κ., ζεύγος Γεωργίου Γ. & Μ., ζεύγος Νικολάου Ν. & Δ., Αλεξάνδρου Α. και Φιλίππου Φ., Κωνσταντίνου Κ. και Παύλου Π., τετραμελής οικογένεια Δημητρίου Σ. & Ε. με τα παιδιά τους ένδεκα και δεκατριών ετών, τριμελής οικογένεια Στυλιανού με το παιδί τους ηλικίας δύο ετών, κα Φωτίου Φ., Χρήστου Χ., Βασιλείου Β., οι οποίοι καταλαμβάνουν αντίστοιχα δωμάτια. Το voucher αποστέλλεται στον κ. Cap Steve που είναι υπεύθυνος κρατήσεων του ξενοδοχείου. Την ομάδα θα συνοδεύσει σε όλο το ταξίδι η κ. Παππά Αικατερίνη. Στη συνέχεια το Τουριστικό Γραφείο ενημερώθηκε για τα ακόλουθα: - Λόγω επαγγελματικού κωλύματος η κα Φωτίου, δέκα (10) ημέρες πριν την αναχώρηση, ακύρωσε την κράτησή της.

- Το ζεύγος Γεωργίου πραγματοποίησε νέα κράτηση για το γιο τους ηλικίας είκοσι δύο ετών, οκτώ (8) ημέρες πριν την αναχώρησή τους.
- Το ζεύγος Νικολάου ζήτησε, οκτώ (8) ημέρες πριν την αναχώρηση, την αλλαγή στους όρους χρέωσης από πλήρη διατροφή σε ημιδιατροφή.
- Ο κ. Χρήστου δήλωσε, τέσσερις (4) ημέρες πριν την αναχώρηση, πρόβλημα τροφικής αλλεργίας στα ψάρια.

Πραγματοποίησε την έκδοση των vouchers, τα οποία είναι απλά και εξοφλούνται στο Τουριστικό Γραφείο και τη rooming list και υπολόγισε την ώρα άφιξης και αναχώρησης από το ξενοδοχείο, βάση των ωρών αναχώρησης των πτήσεων.

Την επιβεβαίωση του voucher και της rooming list πέντε (5) ημέρες πριν την άφιξη του group την πραγματοποιείς εσύ, ο οποίος είσαι υπεύθυνος του Τουριστικού Γραφείου ή του ξενοδοχείου;



2.4

1. Πώς διακρίνονται οι μεταφορές και πώς χωρίζονται τα μεταφορικά μέσα;
2. Τι θεωρείται αεροπορικό προϊόν και από ποια στοιχεία αποτελείται;
3. Πώς διαχωρίζονται οι ανάγκες των επιβατών μιας πτήσης; Ανάφερε παραδείγματα.
4. Πώς αντιμετωπίζεται το αεροπορικό προϊόν σύμφωνα με την παραδοσιακή και τη σύγχρονη αντίληψη;
5. Ποια είναι τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν το αεροπορικό προϊόν;
6. Ποια ποιοτικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνει η εξυπηρέτηση του πελάτη πριν την πτήση, κατά τη διάρκεια της πτήσης και μετά την πτήση;
7. Ποιοι είναι οι παράγοντες ικανοποίησης των επιβατών;
8. Τι χαρακτηρίζεται ως επιβατηγός ναυτιλία και ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά της;
9. Τι συμπεριλαμβάνει μια κρουαζιέρα;
10. Πώς διαχειρίζονται την πώληση μιας κρουαζιέρας τα Τουριστικά Γραφεία;
11. Πώς διακρίνονται οι κρουαζιέρες ανάλογα με τη χρονική τους διάρκεια και με τον υδάτινο χώρο στον οποίο πραγματοποιούνται;
12. Τι επιτυγχάνεται με τη χρήση του σιδηρόδρομου και που πραγματοποιείται τουρισμός με σιδηρόδρομο;
13. Ποιες λειτουργίες επιτελούν τα τουριστικά λεωφορεία ως μέσο μετακίνησης;

14. Ποιες άλλες επιλογές υδάτινης, χερσαίας και εναέριας μεταφοράς έχουν οι ταξιδιώτες;
15. Συγκέντρωσε και παρουσίασε μέσα στην τάξη σου υλικό σχετικό με χώρους μαζικής μεταφοράς επιβατών (αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες, σιδηροδρομικοί σταθμοί κ.τ.λ.).
16. Δημιούργησε ένα πίνακα μέσα στην τάξη σου με θέμα τα μέσα μεταφοράς και μετακίνησης τουριστών από εφημερίδες, περιοδικά, φωτογραφίες κ.τ.λ.



2.5

1. Ποιος είναι ο ρόλος του Τουριστικού Γραφείου στην κράτηση θέσεων και την έκδοση εισιτηρίων;
2. Τι είναι το αεροπορικό εισιτήριο και τι περιλαμβάνει η έννοιά του;
3. Ποιος είναι ο βασικός στόχος της I.A.T.A. και τι έχει θεσπίσει για την υλοποίησή του;
4. Ποια είναι η διαδικασία έγκρισης ενός Τουριστικού Γραφείου για την έκδοση αεροπορικών εισιτηρίων;
5. Πού χρησιμοποιείται το C.R.S. και ποια είναι τα βασικά πλεονεκτήματα που προκύπτουν από τη χρήση του;
6. Από τι αποτελείται το έντυπο ενός αεροπορικού εισιτηρίου;
7. Τι είναι το M.C.O. και για ποιες υπηρεσίες ένα Τουριστικό Γραφείο εκδίδει ένα M.C.O.;
8. Πότε χαρακτηρίζεται ένα M.C.O. προκαθορισμένο;
9. Από τι αποτελείται το έντυπο ενός M.C.O.;
10. Τι είναι το P.T.A. και πώς χρησιμοποιείται; Δώστε ένα παράδειγμα.
11. Τι είναι το ακτοπλοϊκό εισιτήριο και για ποιο λόγο εκδίδεται;
12. Τι δυνατότητες παρέχει η χρήση του C.R.S. στην κράτηση και έκδοση ακτοπλοϊκού εισιτηρίου;
13. Ποια τμήματα περιέχει το ακτοπλοϊκό εισιτήριο μετά την έκδοσή του;
14. Σε ποιες περιπτώσεις εκδίδεται συμπληρωματικό σιδηροδρομικό εισιτήριο;
15. Από τι αποτελείται το έντυπο ενός σιδηροδρομικού εισιτηρίου;
16. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, συμπλήρωσε ένα αεροπορικό εισιτήριο εσωτερικού με επιστροφή και ένα αεροπορικό εισιτήριο με τρεις ενδιάμεσους σταθμούς εξωτερικού.
17. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου συμπλήρωσε ένα ακτοπλοϊκό εισιτήριο επιβάτη και ένα ακτοπλοϊκό εισιτήριο επιβάτη με το όχημά του.

18. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου συμπλήρωσε ένα σιδηροδρομικό εισιτήριο εσωτερικού.
19. Με βάση το παράδειγμα που δίνεται στο βιβλίο σου για το P.T.A., συμπλήρωσε ένα M.C.O. με τη βοήθεια του καθηγητή σου.
20. Πραγματοποίησε την έκδοση του αεροπορικού και του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου της οικογένειας SANTOS, η οποία έγινε μαζί με την έκδοση των vouchers, πριν ακυρωθεί η κράτηση.



2.6

1. Ποιες είναι οι πηγές πληροφόρησης πελατών;
2. Ποιο γεγονός στάθηκε αφορμή για τη δημιουργία των ταξιδιωτικών οδηγών και εγχειριδίων;
3. Πώς κατανέμονται οι Τουριστικοί Οδηγοί ανάλογα με το περιεχόμενό τους;
4. Ποια είναι τα περιεχόμενα των ταξιδιωτικών εγχειριδίων;
5. Τι είναι και τι περιέχουν τα timetables;
6. Ποιες είναι οι πληροφορίες που περιλαμβάνουν οι δύο ταξιδιωτικοί οδηγοί-εγχειρίδια που χρησιμοποιούνται στον ελληνικό χώρο;
7. Τι είναι τα τουριστικά φυλλάδια και από ποιους εκδίδονται;
8. Ποιες βασικές πληροφορίες πρέπει να περιέχει ένα τουριστικό φυλλάδιο;
9. Πώς λειτουργούν οι ψηφιακοί δίσκοι (CD-Roms) που κυκλοφορούν στην αγορά;
10. Ποιες δυνατότητες χρήσης έχει μέσα από το Διαδίκτυο (Internet) ένας τουρίστας-πελάτης και ποιες ένα Τουριστικό Γραφείο;
11. Τι δυνατότητες παρέχει το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) σε ένα Τουριστικό Γραφείο;
12. Μπορεί να απειληθεί ένα Τουριστικό Γραφείο από την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου;
13. Ποιος είναι ο σκοπός των εκθέσεων και σε ποιες κατηγορίες χωρίζονται;
14. Από ποιες άλλες πηγές μπορούν να πάρουν πληροφορίες οι τουρίστες-πελάτες;
15. Από ποιες πηγές πληροφόρησης μπορεί να εξυπηρετηθεί μόνος του ο τουρίστας-πελάτης και σε ποιες χρειάζεται τη μεσολάβηση του Τουριστικού Γραφείου;
16. Ποιες πηγές πληροφόρησης θα χρησιμοποιήσει ένας τουρίστας-πελάτης ο οποίος θέλει να επισκεφθεί τα Ελληνικά νησιά;

17. Από ποιους οδηγούς-εγχειρίδια θα πάρει πληροφορίες ένα Τουριστικό Γραφείο του οποίου ο πελάτης θέλει να ταξιδέψει αεροπορικώς στις χώρες της Μεσογειακής λεκάνης; Ποια εργαλεία θα χρησιμοποιήσει ως πηγές πληροφόρησης;
18. Μαζί με τους συμμαθητές σου έχεις αναλάβει την ευθύνη να βρεις πού θα πραγματοποιήσετε τριήμερη εκπαιδευτική εκδρομή, καθώς και το μεταφορικό μέσο με το οποίο θα ταξιδέψετε, το τουριστικό κατάλυμα, τα τουριστικά αξιοθέατα, τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία που θα επισκεφτείτε, πού θα διασκεδάσετε κ.τ.λ. Πού θα ανατρέξεις για να πάρεις τις αναγκαίες πληροφορίες, πριν απευθυνθείς σε κάποιο Τουριστικό Γραφείο;
19. Επίλεξε έναν τουριστικό προορισμό της αρεσκείας σου και ανάτρεξε σε διάφορες πηγές από τις οποίες θα μπορέσεις να πάρεις τουριστικές πληροφορίες.

 2.7

1. Τι έγγραφα πρέπει να έχει στην κατοχή του ένας τουρίστας-πελάτης για να ταξιδέψει στο εξωτερικό και ποια από αυτά τα έγγραφα εκδίδει το Τουριστικό Γραφείο;
2. Τι είναι το διαβατήριο και για ποιες χώρες ισχύει;
3. Ποια είναι τα διάφορα είδη των διαβατηρίων και πού χρησιμοποιείται το καθένα;
4. Ποια δικαιολογητικά χρειάζονται για την έκδοση του ατομικού και του ομαδικού διαβατηρίου;
5. Τι είναι η visa και πότε χρησιμοποιείται;
6. Ποια είναι η λειτουργία της κάρτας υγείας και εμβολιασμού;
7. Τι εξασφαλίζει η “ειδική κάρτα” για υπηκόους των χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης;
8. Πώς θα λειτουργήσει το Τουριστικό Γραφείο “Α”, για να βοηθήσει τους τουρίστες - πελάτες του group που πραγματοποιούν ταξίδι στις Σεϋχέλλες, όσον αφορά την έκδοση των ταξιδιωτικών τους εγγράφων;



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

This image shows a full page of primary-ruled paper. It features a solid blue vertical line on the left side, creating a margin. The rest of the page is filled with horizontal dotted lines for writing. There are no markings or text on the page.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3ο

ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΣΤΟΧΟΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Μετά τη μελέτη του κεφαλαίου αυτού πρέπει να είστε σε θέση να:

- ⊙ ορίζετε το οργανωμένο ταξίδι
- ⊙ ερμηνεύετε και να εξηγείτε τα αίτια που γεννούν το οργανωμένο ταξίδι
- ⊙ αναφέρετε τα είδη (τύπους) του οργανωμένου ταξιδιού
- ⊙ ορίζετε τον Tour Operator
- ⊙ περιγράφετε τις λειτουργίες του Tour Operator
- ⊙ ορίζετε τα τουριστικά πακέτα
- ⊙ διακρίνετε τα τουριστικά πακέτα
- ⊙ κατανοείτε τη διαδικασία σχεδιασμού
- ⊙ περιγράφετε τις διαδικασίες με τις οποίες ελέγχεται η ποιότητα των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών από τους Tour Operator
- ⊙ περιγράφετε τους γενικούς όρους οργανωμένου ταξιδιού
- ⊙ αναφέρετε τα θέματα της ταξιδιωτικής ασφάλισης.



3.1 ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΤΑΞΙΔΙ

3.1.1 Εισαγωγή

Το **Οργανωμένο Ταξίδι** ή **inclusive tour** (αγγλικός όρος) ή **package tour** (αμερικάνικος όρος) ή **voyage à forfait** (γαλλικός όρος) αφορά την πλήρη οργάνωση ενός προγράμματος ταξιδιού ή διακοπών, η οποία απαλλάσσει τους συμμετέχοντες από κάθε οργανωτική διαδικασία κατά τη διάρκεια της πραγματοποίησής του.

Το Οργανωμένο Ταξίδι επιδιώκει να μηδενίσει ή να ελαχιστοποιήσει όλα τα δυσάρεστα πιθανά γεγονότα που συχνά συνοδεύουν την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού ή των διακοπών μεμονωμένων τουριστών.

Το Οργανωμένο Ταξίδι έχει τα παρακάτω **χαρακτηριστικά**:

- είναι “κατασκευασμένο” εκ των προτέρων σε όλες του τις λεπτομέρειες (μετακινήσεις, διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία) ή μερικώς, από ένα “**Παραγωγό και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών**” (**Tour Operator**) σε μια συνολική τιμή,
- προσφέρεται στους δυνητικούς τουρίστες - πελάτες από τον “Παραγωγό και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών” με τη βοήθεια κατάλληλης προβολής και διαφήμισης (διαφημιστικά φυλλάδια, κατάλογοι, αφίσες κ.τ.λ.),
- πληρώνεται εξ ολοκλήρου πριν από την έναρξη του ταξιδιού, σε συγκεκριμένη τιμή, γεγονός που απαλλάσσει τον καταναλωτή τουρίστα από το να κατανέμει το συνολικό κόστος του ταξιδιού του στα επιμέρους “στοιχεία” που το συνθέτουν.

Με αυτό τον τρόπο ο “καταναλωτής” του προτεινόμενου τουριστικού προϊόντος έχει την εντύπωση ότι συναλλάσσεται με ένα μόνο συγκεκριμένο πρόσωπο (**Tour Operator**) το οποίο είναι ο “πωλητής” ενός ομοιογενούς τελικού προϊόντος.

Ο οργανωμένος (μαζικός) τουρισμός παρά τη θετική και πολύπλευρη επίδρασή του στις τουριστικές οικονομίες της χώρας υποδοχής, βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα, παρουσιάζει τρία βασικά μειονεκτήματα:

- είναι έντονα εποχιακός, αφού ταυτίζεται με την περίοδο των θερινών διακοπών,
- το οικονομικό του όφελος είναι μικρότερο, συγκριτικά με άλλες μορφές τουρισμού,
- είναι εξαρτημένος από τους μεγάλους Παραγωγούς και Διαχειριστές Τουριστικών Υπηρεσιών (**Tour Operators**), οι οποίοι κατευθύνουν την κατανάλωση (τουριστική ζήτηση) σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους μεγιστοποιούν τα κέρδη τους.



ΕΙΚΟΝΑ 3.1: Οργανωμένο Ταξίδι

3.1.2 Ορισμός του Οργανωμένου Ταξιδιού

Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα για τα οργανωμένα ταξίδια της 5/9/1996 που εκδόθηκε σε συμμόρφωση της ελληνικής νομοθεσίας προς την Οδηγία 90/314 (ΕΕΛ 158/59) της Ε.Ε. για τα “οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις”, ορίζεται ότι:

1. “Οργανωμένο ταξίδι” είναι προκαθορισμένος συνδυασμός τουλάχιστον δύο εκ των ακόλουθων στοιχείων, ήτοι μεταφοράς, διαμονής, άλλων τουριστικών υπηρεσιών μη συμπληρωματικών της μεταφοράς ή της διαμονής, που αντιπροσωπεύουν σημαντικό τμήμα του οργανωμένου ταξιδιού, εφόσον η εν λόγω παροχή υπερβαίνει τις 24 ώρες ή περιλαμβάνει μια διανυκτέρευση και πωλείται ή προσφέρεται προς πώληση σε μια συνολική τιμή. Οργανωμένο ταξίδι θεωρείται και όταν η παροχή των επί μέρους υπηρεσιών ενός και του αυτού οργανωμένου ταξιδιού γίνεται με χωριστή τιμολόγηση.
2. “Διοργανωτής” είναι το πρόσωπο, φυσικό ή νομικό, το οποίο κατ’ επάγγελμα διοργανώνει οργανωμένα ταξίδια και τα πωλεί ή τα προσφέρει προς πώληση απ’ ευθείας ή μέσω πωλητή.
3. “Πωλητής” είναι το πρόσωπο, φυσικό ή νομικό, που πωλεί ή προσφέρει προς πώληση το οργανωμένο ταξίδι, που έχει προγραμματίσει ο Διοργανωτής.
4. “Καταναλωτής” είναι το πρόσωπο που αγοράζει ή αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι (κύριος συμβαλλόμενος) ή κάθε πρόσωπο εξ ονόματος του οποίου ο κύριος συμβαλλόμενος αναλαμβάνει να αγοράσει το οργανωμένο ταξίδι (άλλοι δικαιούχοι), ή κάθε άλλο πρόσωπο στο οποίο ο

κύριος συμβαλλόμενος ή ένας από τους άλλους δικαιούχους εκχωρεί το οργανωμένο ταξίδι (εκδοχέας).

5. “Σύμβαση” είναι η συμφωνία που συνδέει τον καταναλωτή με το Διοργανωτή και με τον πωλητή.

3.1.3 Τα Αίτια που γεννούν το “Οργανωμένο Ταξίδι”

Μεγάλος αριθμός τουριστών προτιμά να μην ταξιδεύει μόνος του, αλλά να αγοράζει από τα Τουριστικά Γραφεία “Οργανωμένα Ταξίδια” και να αποτελεί έτσι μέλος μιας ομάδας.

Οι κύριες **αιτίες** επιλογής των τουριστών - πελατών για ένα οργανωμένο ταξίδι είναι οι εξής:

- τα διάφορα είδη ταξιδιού, τα οποία είναι δυνατόν να οργανωθούν μόνο από Τουριστικά Γραφεία (π.χ. σαφάρι ή ταξίδι σε μακρινούς τουριστικούς προορισμούς),
- το μικρότερο συνολικό κόστος διεξαγωγής του ταξιδιού που επιτυγχάνουν τα Τουριστικά Γραφεία, εξαιτίας της μαζικής αγοράς των τουριστικών προϊόντων (καταλύματα, μεταφορικά μέσα, υπηρεσίες διατροφής κ.τ.λ.),
- η γνώση του τουριστικού αντικειμένου και η πληροφόρηση για την οργάνωση και την πραγματοποίηση των ταξιδιών, που διαθέτουν τα Τουριστικά Γραφεία,
- η αποτελεσματική αντιμετώπιση των κινδύνων και των προβλημάτων που μπορούν να προβλέψουν τα Τουριστικά Γραφεία για ένα ταξίδι,
- η δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι τουρίστες - πελάτες αναλαμβάνοντας μόνοι τους τη διοργάνωση και όλες τις λεπτομέρειες ενός ταξιδιού. Θεωρούν ευκολότερη την επιλογή της “έτοιμης” πρότασης του Τουριστικού Γραφείου,
- η εξασφάλιση περισσότερου πραγματικού διαθέσιμου χρόνου για τους τουρίστες - πελάτες από το Τουριστικό Γραφείο, επειδή γνωρίζει αποστάσεις, μεταφορικά μέσα, τρόπους μετακίνησης κ.ά.,
- η ανασφάλεια που νιώθει ο τουρίστας - πελάτης, επειδή δε γνωρίζει ήθη - έθιμα, γλώσσα κ.ά. του τουριστικού του προορισμού,
- η επιθυμία του τουρίστα - πελάτη να βρίσκεται σε ομάδα, να γνωρίζει άλλους ανθρώπους και να μοιράζεται κοινές εμπειρίες και συναισθήματα.

3.1.4 Οι Τάσεις του Οργανωμένου Τουρισμού

Οι τάσεις του **μαζικού τουρισμού** ή **οργανωμένου ομαδικού τουρισμού** στην Ευρώπη έχουν διαμορφωθεί ως εξής:

- ◆ τα ομαδικά ταξίδια αποτελούν το 20-30% των ταξιδιών από τις χώρες της Ευρώπης προς το εξωτερικό γενικά,
- ◆ οι μεμονωμένοι τουρίστες αποτελούν το υπόλοιπο 70-80% αυτών που ταξιδεύουν στο εξωτερικό γενικά, κατευθυνόμενοι σε γειτονικές χώρες.

Το γεγονός ότι η σχέση αυτή μεταξύ ομάδων και μεμονωμένων τουριστών, σύμφωνα με τα στατιστικά δεδομένα, μεταβάλλεται προς όφελος του οργανωμένου ταξιδιού, οφείλεται στους παρακάτω λόγους:

- ❖ στην αύξηση της συμμετοχής των εργαζομένων στα οργανωμένα ταξίδια εξαιτίας:
 - ✦ του σταθερού οικονομικού περιβάλλοντος,
 - ✦ των θεμάτων γενικότερης ασφάλειας,
 - ✦ της νομισματικής ενοποίησης του Ευρωπαϊκού χώρου,
 - ✦ της θετικής συναλλαγματικής ισοτιμίας μεταξύ νομισμάτων των χωρών “εξαγωγής” και “εισαγωγής” τουρισμού (π.χ. από ΗΠΑ προς ΕΕ αλλά και αντίστροφα),
- ❖ στην τάση μείωσης του αριθμού των ημερών συνεχών διακοπών και στην ταυτόχρονη αύξηση της συχνότητας πραγματοποίησης διακοπών (π.χ. αντί για διακοπές ενός συνεχόμενου μήνα δυνατότητα για τρία ανεξάρτητα δεκαήμερα σε διαφορετικούς μήνες),
- ❖ στην αύξηση των ναυλωμένων πτήσεων (charters) και γενικότερα το χαμηλό κόστος των αερομεταφορών,
- ❖ στην αύξηση των μετακινούμενων τουριστών με τουριστικά λεωφορεία εξαιτίας:
 - ✦ της ποιοτικής αναβάθμισης αυτού του μεταφορικού μέσου,
 - ✦ του χαμηλού κόστους μετακίνησης με τη χρήση τουριστικών λεωφορείων,
- ❖ στην προσπάθεια των Παραγωγών και Διαχειριστών Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators) να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους από το μαζικό τουρισμό και επομένως τα κέρδη τους,
- ❖ στην αναζήτηση από τους Παραγωγούς και Διαχειριστές Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators) νέων τουριστικών προορισμών που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλους ήδη γνωστούς.

Ωστόσο, η ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού μελλοντικά έχει να αντιμετωπίσει την αυξανόμενη προτίμηση των τουριστών:

- ❖ για εξατομίκευση, επομένως και ανεξαρτητοποίηση του προγράμματος των διακοπών τους και
- ❖ για πιο δημιουργικό τύπο διακοπών (περισσότερο κινητικοί και λιγότερο στατικοί, νέα σχέση με τη φύση κ.τ.λ.).

Η αλλαγή αυτή στις **προτιμήσεις** των τουριστών - πελατών, που δεν έχει ακόμα αναπτυχθεί εξαιτίας του υψηλού κόστους ενός εξατομικευμένου προγράμματος διακοπών, οφείλεται:

- ❖ Στον κορεσμό του ενδιαφέροντός τους για τους “κλασικούς” τουριστικούς τόπους και στην ανάγκη τους για ανανέωση του τουριστικού προϊόντος.
- ❖ Στην αναζήτηση δημιουργικής ενασχόλησης και αναψυχής, κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (π.χ. αθλητικές, πολιτιστικές). Υπάρχει, επο-

μένως, μια στροφή ζήτησης προς κατανάλωση τουριστικών προϊόντων με περισσότερα “συστατικά στοιχεία” ανώτερης ποιότητας.

- ❖ Στο αυξανόμενο ενδιαφέρον τους για πιο ήπιες μορφές τουρισμού (π.χ. αγροτικός τουρισμός, οικολογικός τουρισμός).



EIKONA 3.2: Νέες Τάσεις του Οργανωμένου Τουρισμού

3.1.5 Οι Τύποι των Οργανωμένων Ταξιδιών

Οι βασικές κατηγορίες οργανωμένων ταξιδιών που πωλούν τα Τουριστικά Γραφεία είναι οι εξής:

- **Ομαδικό ταξίδι μετακίνησης (Group Tour):** Διάφορες μικρές ομάδες τουριστών χρησιμοποιούν ένα μεταφορικό μέσο τακτικής συγκοινωνίας.
- **Ομαδικό ταξίδι μετακίνησης με ναυλωμένο μεταφορικό μέσο (Charter Tour):** Οι ομάδες τουριστών χρησιμοποιούν ναυλωμένο μεταφορικό μέσο, όπως ναυλωμένο αεροσκάφος, κρουαζιερόπλοιο, κ.ά., με χαμηλή τιμή ναύλου, που παρέχεται από τον Παραγωγό και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operator).
- **Ομαδικό ταξίδι - πακέτο (Package Tour):** Στην τιμή πώλησης περιλαμβάνονται ως σύνολο οι μετακινήσεις, το κατάλυμα, η διατροφή, διάφορες εκδηλώσεις, κ.ά.
- **Ομαδικό ταξίδι ατόμων με ειδικά χαρακτηριστικά ή ενδιαφέροντα (Affinity Tour).** (π.χ. παρακολούθηση της πρωτοχρονιάτικης Βιεννέζικης όπερας, διάφορων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, κ.ά.).
- **Ομαδικό ταξίδι - κίνητρο (Incentive Tour)** για τους εργαζόμενους σε επιχειρήσεις, ως ανταμοιβή για τη συμβολή τους στην επίτευξη επιχειρηματικών στόχων.



ΕΙΚΟΝΑ 3.3: Affinity Tour

3.1.6 Η Οικονομική Ανάλυση του Οργανωμένου Ταξιδιού

Όλοι οι τύποι των οργανωμένων ταξιδιών που προαναφέρθηκαν περιέχουν τα **“συστατικά στοιχεία”** ενός οργανωμένου ταξιδιού. Έτσι, η **τιμή** ενός οργανωμένου ταξιδιού αποτελεί το άθροισμα του κόστους των επιμέρους “συστατικών στοιχείων” του:

- ◆ της μετακίνησης από τον τόπο αναχώρησης στον τουριστικό τόπο υποδοχής και αντίστροφα,
- ◆ της μεταφοράς από τον τόπο άφιξης στο τουριστικό κατάλυμα και αντίστροφα,
- ◆ των εκδρομών και των ξεναγήσεων στον τόπο τουρισμού, των κρουαζιέρων κ.ά.,
- ◆ του τουριστικού καταλύματος και της διατροφής,
- ◆ άλλων στοιχείων π.χ. ενοικίασης αυτοκινήτου, γιωτ, αγοράς εισιτηρίων αγώνων, εκθέσεων κ.τ.λ.,
- ◆ των εξόδων και του κέρδους των Τουριστικών Γραφείων.

Επειδή τα παραπάνω “συστατικά στοιχεία” ενός οργανωμένου ταξιδιού αλ-
λάζουν ανάλογα με το ταξίδι, μεταβάλλεται και το “ποσοστό συμμετοχής” τους,
δηλαδή αυξάνεται ή μειώνεται η τιμή του κάθε στοιχείου με αποτέλεσμα η τελι-
κή τιμή του ταξιδιού να διαμορφώνεται από:

- ◆ **Την απόσταση του τόπου προέλευσης από τον τουριστικό τόπο προ-
ορισμού.**

Όσο η απόσταση αυτή είναι μεγαλύτερη, τόσο περισσότερο το κόστος με-
ταφοράς γίνεται αναλογικά σημαντικότερο στη διαμόρφωση της τιμής του
οργανωμένου ταξιδιού και αντίστροφα.

❖ **Τις τιμές των καταλυμάτων.**

Το κατάλυμα είναι από τα πιο σημαντικά και δαπανηρά στοιχεία ενός οργανωμένου ταξιδιού και η τιμή του εξαρτάται από:

- ❖ **την κατηγορία του τουριστικού καταλύματος.** Όσο υψηλότερη είναι η τιμή αυτή, τόσο περισσότερο το κόστος του καταλύματος γίνεται σημαντικότερο στη διαμόρφωση της τιμής του οργανωμένου ταξιδιού και αντίστροφα,
- ❖ **τη διάρκεια παραμονής.** Εάν η διάρκεια παραμονής του τουρίστα - πελάτη είναι μικρή ή μεγάλη, επηρεάζεται το ποσοστό συμμετοχής του στοιχείου “κατάλυμα” στη διαμόρφωση της τιμής του οργανωμένου ταξιδιού και τη σχέση του με το στοιχείο “μετακίνηση”,
- ❖ **τη διατροφή.** Η ύπαρξη ημιδιατροφής ή πλήρους διατροφής είναι παράγοντας που επηρεάζει την τιμή του τουριστικού καταλύματος.

❖ **Τις εκδρομές, κρουαζιέρες, ξεναγήσεις κ.τ.λ.**

Είναι από τα στοιχεία εκείνα που κάνουν πιο σύνθετο το τουριστικό προϊόν και, όταν συμπεριλαμβάνονται στην τιμή του οργανωμένου ταξιδιού, αυξάνουν την τιμή διάθεσής του, μειώνοντας το ποσοστό συμμετοχής των άλλων στοιχείων.

❖ **Τα μεταφορικά μέσα.**

Η μεταφορά του τουρίστα - πελάτη από τον τόπο διαμονής του στον τόπο προορισμού είναι από τα πιο σημαντικά στοιχεία ενός οργανωμένου ταξιδιού. Το μεταφορικό μέσο που προσφέρει το τουριστικό γραφείο (αεροσκάφος, πλοίο, σιδηρόδρομος, τουριστικό λεωφορείο, κ.τ.λ.) έχει σχέση με τον τύπο του οργανωμένου ταξιδιού. Τη μεγαλύτερη συμβολή στη διαμόρφωση της τιμής ενός οργανωμένου ταξιδιού σε σχέση με τα υπόλοιπα μεταφορικά μέσα έχει η αερομεταφορά, γιατί το κόστος αυτού του μεταφορικού μέσου είναι υψηλό είτε πρόκειται για τακτική πτήση είτε για ναυλωμένη πτήση από τουριστικό γραφείο (charter). Η πτήση charter έχει μικρότερο κόστος από μια τακτική πτήση. Επομένως η χρήση τακτικών πτήσεων ή πτήσεων charter αυξάνει ή μειώνει το ποσοστό συμμετοχής του παράγοντα αερομεταφορά στην τιμή του ταξιδιού, επηρεάζοντας και το τελικό κέρδος.

3.2 Ο ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η γρήγορη ανάπτυξη των **Παραγωγών και Διαχειριστών Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators)** κατά τη δεκαετία του 1960 συνετέλεσε στη μαζικοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων, έτσι ώστε ο τουρισμός να λάβει τη

σύγχρονη μορφή του. Οι Παραγωγοί και Διαχειριστές Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators) αποτελούν ένα βασικό συντελεστή της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας.

Στη συνέχεια παραθέτουμε μερικούς από τους ορισμούς για τους Tour Operators:

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο Tour Operator, ή διαφορετικά ο Οργανωτής-Παραγωγός ταξιδιών είναι: *“Μία επιχείρηση υπηρεσιών η οποία προετοιμάζει, πριν εκδηλωθεί η ζήτηση, τα ταξίδια και την παραμονή των τουριστών, οργανώνοντας τα μεταφορικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κρατήσεις στα διάφορα τουριστικά καταλύματα και φροντίζοντας για όλες τις άλλες υπηρεσίες που απαιτούνται στον τόπο του τουριστικού προορισμού (εκδρομές, αναψυχή). Αυτή η επιχείρηση προσφέρει μία σειρά υπηρεσιών (τουριστικό πακέτο) προορισμένων να πωληθούν, είτε άμεσα από τα ίδια της τα γραφεία ταξιδίων είτε έμμεσα με τη μεσολάβηση ανεξάρτητων γραφείων ταξιδίων, σε ομάδες ή μεμονωμένα άτομα σε μία σταθερή τιμή και με ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής καθορισμένες εκ των προτέρων”*.

Σύμφωνα με τον D. Stavrakis, ένας ανεξάρτητος Tour Operator *“είναι μία εμπορική επιχείρηση, η οποία συμμετέχει άμεσα ή έμμεσα στο σχεδιασμό, την προετοιμασία, το μάρκετινγκ, τις κρατήσεις και την εκτίμηση του κόστους ενός “tour”, του οποίου η μεταβλητή “μεταφορά” είναι ενσωματωμένη με άλλες υπηρεσίες (τουριστικό κατάλυμα, εκδρομές, αναψυχή κ.τ.λ.). Η συνολική περιήγηση προσφέρεται σε μία καθορισμένη τιμή και προωθείται προς πώληση είτε από τα ίδια τα γραφεία του Tour Operator είτε από ένα δίκτυο διανομής καλά επιλεγμένο”*.

Σύμφωνα με τον F. Acher και τον J.C. Jacquin, *“οι Tour Operators συγκεντρώνουν διαφορετικά προϊόντα, για να πραγματοποιήσουν ένα πλήρως οργανωμένο ταξίδι. Επιννοούν και πραγματοποιούν ένα σύνθετο προϊόν, για να το πωλήσουν στο σύνολο των τουριστών. Δεν αφήνουν στους τουρίστες παρά μόνο μία σφαιρική επιλογή”*.

3.2.1 Η Λειτουργία του Tour Operator

Σύμφωνα με τους παραπάνω ορισμούς, ένας Tour Operator:

- Συγκεντρώνει τα διάφορα προϊόντα της τουριστικής βιομηχανίας, τα συνδυάζει και τα ενσωματώνει ως ένα ενιαίο προϊόν. Η διαδικασία αυτή πραγματοποιείται προαγοράζοντας τα προϊόντα αυτά.
- Διαθέτει αυτό το ενιαίο προϊόν, λειτουργώντας έτσι ως συνδετικός κρίκος μεταξύ των παραγωγών τουριστικών υπηρεσιών και των τελικών καταναλωτών, ως “χονδρέμπορος”.
- Ασχολείται με την κατάρτιση προγραμμάτων διακοπών, την προβολή, προώθηση και πώλησή τους, αναλαμβάνοντας το ρίσκο του παραγωγού και διαχειριστή ενός προϊόντος, το οποίο θα προσπαθήσει να διαθέσει.
- Διακινεί μεγάλες ομάδες ατόμων σε τακτές ημερομηνίες με ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα.

Αν λάβουμε υπόψη μας ότι ο τουρισμός είναι μία “βιομηχανία”, τότε το τουριστικό κατάλυμα, οι θέσεις ενός αεροσκάφους, μια τοπική εκδρομή, κ.τ.λ. είναι οι “πρώτες ύλες” της, τις οποίες παίρνει ο “παραγωγός” Tour Operator, τις “επεξεργάζεται” και συνδυάζοντάς τις εμφανίζει το **νέο προϊόν**, δηλαδή το τουριστικό πακέτο. Το προϊόν αυτό πρέπει να φτάσει μέχρι τον τελικό καταναλωτή του που είναι ο τουρίστας - πελάτης.

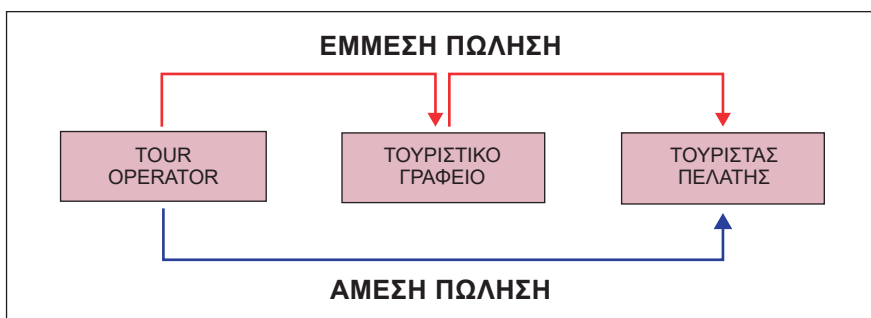
Όταν ο Tour Operator πωλεί τα τουριστικά πακέτα στα Τουριστικά Γραφεία, όπως παραδοσιακά γίνεται, λειτουργεί ως χονδρέμπορος και τα Τουριστικά Γραφεία ως λιανέμποροι των τουριστικών πακέτων. Στην περίπτωση αυτή έχουμε έμμεση διάθεση του τουριστικού προϊόντος του Tour Operator.

Όταν ο Tour Operator πωλεί τα τουριστικά πακέτα κατευθείαν στους τουρίστες - πελάτες λειτουργεί ως λιανέμπορος ο ίδιος. Στην περίπτωση αυτή έχουμε άμεση διάθεση του τουριστικού προϊόντος του Tour Operator.

Βέβαια, ο Tour Operator, όταν διαχειρίζεται τα προϊόντα του, μπορεί να δραστηριοποιείται συγχρόνως είτε ως χονδρέμπορος είτε ως λιανέμπορος.

Έτσι, οι Tour Operators ανάλογα με τη δραστηριότητά τους διακρίνονται σε:

- ✓ **Παραγωγούς - Χονδρέμπορους:** οι οποίοι παράγουν μόνο **τουριστικά πακέτα**, τα οποία στη συνέχεια πωλούνται στους τουρίστες - πελάτες από τα Τουριστικά Γραφεία.
- ✓ **Παραγωγούς - Λιανέμπορους:** οι οποίοι παράγουν και πωλούν οι ίδιοι τα **τουριστικά πακέτα** με δικής τους ιδιοκτησίας γραφεία ή συμμετέχοντας σε άλλα Τουριστικά Γραφεία.



ΣΧΗΜΑ 3.1 Η Λειτουργία Πωλήσεων του Tour Operator

3.2.2 Η Θέση των Tour Operators στην Τουριστική Οικονομία

Οι Tour Operators έχουν χαρακτήρα πολυεθνικό ως προς τον τρόπο λειτουργίας τους και τη στρατηγική τους τόσο στην παραγωγή όσο και στη διάθεση των τουριστικών πακέτων.

Οι Tour Operators, με κριτήριο το είδος της πελατείας που θέλουν να προσελκύσουν, διαμορφώνουν την παραγωγή και διάθεση του προϊόντος τους ως εξής:

❖ **Λειτουργώντας μέσα στη γενική αγορά τουριστών (mass market Tour Operators).**

Σε αυτή την ομάδα, που είναι η μεγαλύτερη, οι Tour Operators απευθύνονται στη μαζική τουριστική αγορά για διακοπές. Οι προμηθευτές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με τους οποίους συνεργάζονται διαφοροποιούνται με στόχο, σε κάθε περίπτωση, την παραγωγή και διάθεση φτηνών και ελκυστικών πακέτων.

❖ **Λειτουργώντας εξειδικευμένα (specialist Tour Operators).**

Σε αυτή την ομάδα οι Tour Operators απευθύνονται σε συγκεκριμένη αγορά τουριστών, παράγοντας και διαθέτοντας “ειδικά” τουριστικά πακέτα προς συγκεκριμένους προορισμούς (π.χ. ταξίδι με πλοίο στο Νότιο Πόλο, σαφάρι στην Αφρική, κ.ά.).

Συνήθως, οι Tour Operators εξειδικεύονται ανάλογα με τις εξής επιλογές τους:

- ❖ **Την τουριστική αγορά** στην οποία απευθύνονται (τουρισμός νέων, τουρισμός πλουσίων, επαγγελματικά στελέχη κ.τ.λ.).
- ❖ **Τον τουριστικό προορισμό** (Μεσόγειος, Ν Α. Ασία, Ευρώπη, κ.ά.).
- ❖ **Τα μεταφορικά μέσα** που χρησιμοποιούν (αεροπλάνο, κρουαζιερό-πλοίο, κ.ά.).
- ❖ **Τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού** (πολιτιστικός τουρισμός, αγρο-τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, κ.τ.λ.).

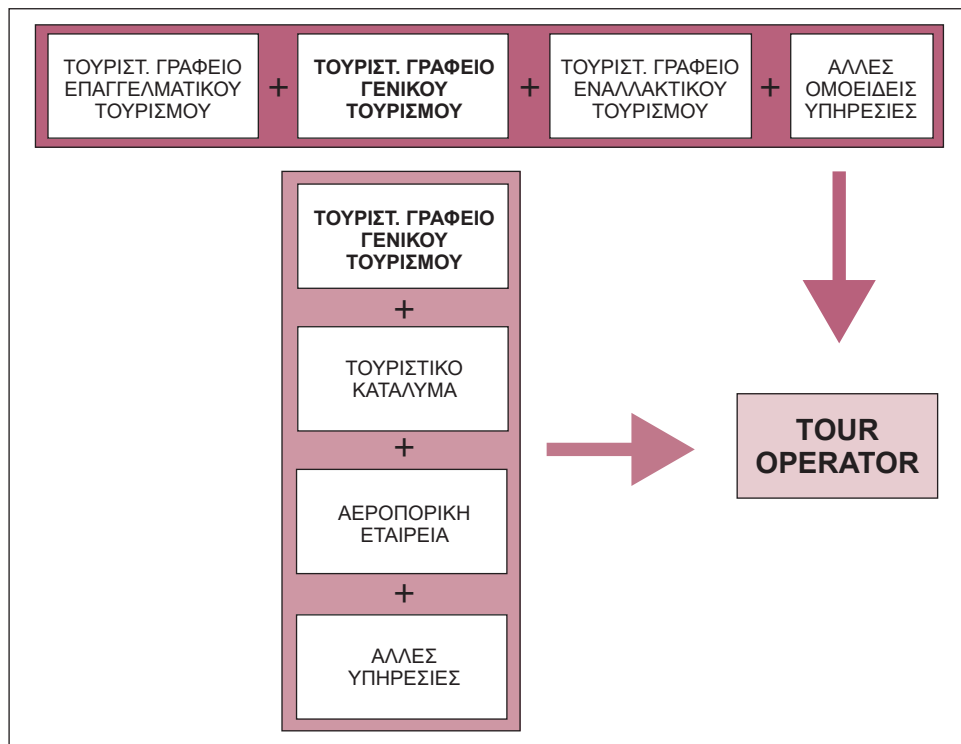
Η επιλογή της εξειδικευμένης λειτουργίας τους βασίζεται:

- ✓ στο συγκριτικό πλεονέκτημα που αποκτά ένας Tour Operator όταν διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν του έναντι των ανταγωνιστών,
- ✓ στην καλή γνώση των μεθόδων παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος τους, όπως τη σωστή ανάλυση κόστους, τις μεθόδους πώλησης, κ.τ.λ.,
- ✓ στην ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και υπηρεσίας και όχι στην τιμή του.

Οι Tour Operators, στην προσπάθειά τους να καθοδηγούν και να ελέγχουν την τουριστική αγορά, προχωρούν σε ενοποίηση των δραστηριοτήτων τους με άλλες επιχειρήσεις, όπως οι αεροπορικές εταιρείες, τα τουριστικά καταλύματα, τα Τουριστικά Γραφεία, οι τράπεζες, κ.τ.λ.

Η διαδικασία ενοποίησης μπορεί να λάβει την εξής μορφή:

- ✓ **Κάθετη** (vertical integration), όπου διαφορετικές τουριστικές επιχειρήσεις συγχωνεύονται. Έτσι το τουριστικό προϊόν (μεταφορά, κατάλυμα, διατροφή, διασκέδαση, κ.τ.λ.) ουσιαστικά είναι παραγωγή και διάθεση ενός μεγάλου τουριστικού οργανισμού.
- ✓ **Οριζόντια** (horizontal integration), στην οποία συγχωνεύονται ομοειδείς τουριστικές επιχειρήσεις, όπως δύο ή περισσότερες καταλυματικές μονάδες σε μία ενοποιημένη αλυσίδα καταλύματος, με στόχο να περιορίσουν το μεταξύ τους ανταγωνισμό, έτσι ώστε να έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες σε συμφωνημένες μεταξύ τους τιμές.



ΣΧΗΜΑ 3.2 Κάθετη και Οριζόντια Ενοποίηση Τουριστικών Δραστηριοτήτων

3.2.3 Η Οργανωτική Δομή των Tour Operators

Η ανταγωνιστικότητα ενός Tour Operator εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από την καλή οργάνωση της παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων τους.

Η φύση της εργασίας του Tour Operator είναι τέτοια, ώστε η σωστή λειτουργία να απαιτεί καλή επικοινωνία και συντονισμό των τμημάτων.

Η οργανωτική δομή προσδιορίζεται από το είδος των λειτουργιών του Tour Operator.

Η δομή του, επομένως, διαρθρώνεται με τα εξής βασικά τμήματα εργασιών:

◆ **Διεύθυνση.**

Αποτελείται από το Διευθυντή, τους Υποδιευθυντές και τις γραμματείες τους.

Είναι το τμήμα αυτό που λαμβάνει τις βασικές αποφάσεις για τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διεύθυνση και τον έλεγχο της τουριστικής επιχείρησης.

◆ **Τμήμα Αγορών / Προγραμματισμού.**

Επιλέγει τους κατάλληλους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων για συνεργάτες - προμηθευτές με συνεργασία του τμήματος της Διεύθυνσης και

του τμήματος Πωλήσεων. Με αυτούς ο Tour Operator συνάπτει **συμβόλαια** για την επόμενη τουριστική περίοδο.

Η κύρια ευθύνη του τμήματος είναι να εξασφαλίζει τα “συστατικά στοιχεία” για την υλοποίηση και καλή εκτέλεση των πακέτων διακοπών (αεροπορική εταιρεία, τουριστικά καταλύματα, τουριστικά λεωφορεία, κ.ά.).

Αρμοδιότητα του τμήματος είναι να:

- ❖ ελέγχει σε συνεργασία με το τμήμα Πωλήσεων την ανταγωνιστικότητα του Tour Operator στην αγορά,
- ❖ επισκέπτεται τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς για έλεγχο του τουριστικού προϊόντος και επικοινωνεί στη συνέχεια με αυτούς,
- ❖ παρακολουθεί τις συνθήκες της διεθνούς οικονομίας, της τουριστικής αγοράς και των επιχειρηματικών κινήσεων των ανταγωνιστών,
- ❖ υπογράφει τα συμβόλαια-συμφωνίες με τα τουριστικά καταλύματα.

❖ **Τμήμα Μάρκετινγκ (marketing).**

Το τμήμα αυτό ευθύνεται για την προβολή του Tour Operator και την προώθηση των πωλήσεών του.

Ειδικότερα ασχολείται με τα εξής:

- ❖ ενημερώνεται για τις προτιμήσεις των καταναλωτών - πελατών και τις τάσεις της αγοράς,
- ❖ ενημερώνει και πληροφορεί τους τουρίστες - πελάτες για τα προϊόντα του Tour Operator,
- ❖ παράγει διαφημιστικά έντυπα και τα παρουσιάζει σε ειδικές εκδηλώσεις,
- ❖ πραγματοποιεί επισκέψεις και ενημερωτικές παρουσιάσεις στα Τουριστικά Γραφεία - Λιανοπωλητές,
- ❖ πληροφορεί τους πελάτες του για τα νέα προϊόντα,
- ❖ διαφημίζει τον Tour Operator και τα προϊόντα του.

❖ **Τμήμα Πωλήσεων.**

Ευθύνη του τμήματος αυτού είναι η έκδοση τιμοκαταλόγου και η απόλυτη γνώση των προς πώληση προϊόντων και της διαχείρισής τους.

Το τμήμα αυτό εκτελεί τις εξής εργασίες:

- ❖ συντονίζει τον έλεγχο των συμβολαίων-συμφωνιών,
- ❖ κάνει “κρατήσεις της τελευταίας στιγμής” (Last minutes bookings),
- ❖ ελέγχει και αποστέλλει τα εισιτήρια και τα “voucher”, όταν πωλεί άμεσα, στους τουρίστες - πελάτες,
- ❖ ελέγχει τα ποσοστά κάλυψης των συμφωνιών-συμβολαίων,
- ❖ ελέγχει τις ονομαστικές καταστάσεις (manifests) πτήσεων αναχωρήσεων / αφίξεων και αποστέλλει αυτές:
 - ✦ στην αεροπορική εταιρεία,
 - ✦ στο Τουριστικό Γραφείο - Ανταποκριτή.

Στην περίπτωση που ο Tour Operator πωλεί απευθείας στον τουρίστα - πελάτη, δημιουργεί ένα ξεχωριστό τμήμα το οποίο λειτουργεί σαν ένα ανεξάρ-

τητο Τουριστικό Γραφείο, πωλεί όμως αποκλειστικά πακέτα διακοπών από τον Τιμοκατάλογό του.

Η διαδικασία των πωλήσεων αυτών περιλαμβάνει:

- ❖ τη συμπλήρωση Ειδικών Εντύπων (πού, πότε, άτομα, πτήση, κατάλυμα κ.τ.λ.),
- ❖ την είσπραξη μερικής ή της ολικής αξίας του πακέτου διακοπών.

❖ **Τμήμα Οικονομικών / Λογιστήριο.**

Το Λογιστήριο έχει την ευθύνη της δημοσίευσης του Ισολογισμού και των άλλων ετήσιων Οικονομικών Καταστάσεων, της Φορολογίας, της Διανομής των Κερδών κ.τ.λ.

Το Υποτμήμα των Λογαριασμών ελέγχει τους λογαριασμούς απαιτήσεων και υποχρεώσεων καθώς και την Ταμειακή κίνηση (Εισπράξεις, Πληρωμές), σύμφωνα με τα υπογεγραμμένα συμβόλαια-συμφωνίες για την τρέχουσα τουριστική περίοδο και ενημερώνει το λογιστήριο.

Ειδικότερα:

- ❖ ελέγχει τα παραστατικά πληρωμών που αποστέλλουν τα Τουριστικά Γραφεία - Αντιπρόσωποι για τα καταλύματα, τα transfer και τις άλλες υπηρεσίες,
- ❖ ελέγχει τα παραστατικά εισπράξεων που αποστέλλουν τα Τουριστικά Γραφεία για πωλήσεις πακέτων,
- ❖ κάνει την εκκαθάριση των λογαριασμών αυτών με τα Τουριστικά Γραφεία για την πληρωμή των προμηθειών.

❖ **Τμήμα Παραπόνων.**

Το Τμήμα αυτό παραλαμβάνει, διερευνά και αντιμετωπίζει τα παράπονα των πελατών.

Η γραπτή έκφραση δυσαρέσκειας πελατών για μια υπηρεσία του πακέτου διακοπών, μπορεί να φθάσει μέχρι τη διεκδίκηση αποζημίωσης. Το τμήμα παραπόνων διασταυρώνει τα στοιχεία με τους προμηθευτές των τουριστικών υπηρεσιών (καταλύματα, αεροπορική εταιρεία κ.τ.λ.) μέσω του Τουριστικού Γραφείου - Αντιπροσώπου. Απαντά γραπτά στα παράπονα των πελατών και επεξεργάζεται αυτά τα προβλήματα με το τμήμα Αγορών / Προγραμματισμού, ώστε να βρεθεί ο κατάλληλος χειρισμός της κάθε περίπτωσης αλλά και να επιλεγεί καλύτερη διορθωτική κίνηση-δραστηριότητα από μέρους της επιχείρησης (π.χ. καταλογισμός ευθυνών, αποζημίωση, δικαστική οδός).

3.2.4 Από το Τουριστικό Γραφείο στον Tour Operator

Τα **Πρακτορεία ή Γραφεία Ταξιδίων ή Τουριστικά Γραφεία (Travel Agency ή Agences ή Bureaux de Voyages)**, ακόμη και μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, ασχολούνταν για μεμονωμένους πελάτες, με:

- ✓ την έκδοση εισιτηρίων στα διάφορα μεταφορικά μέσα (ticketing),
- ✓ την παροχή καταλυμάτων στους τουριστικούς τόπους,

- ✓ την παροχή ταξιδιωτικών πληροφοριών και τη διαμεσολάβηση για διάφορες ζητούμενες δραστηριότητες (εισιτήρια θεάτρου, εκθέσεων, αθλητικών εκδηλώσεων κ.ά.).

Στη συνέχεια, τα Τουριστικά Γραφεία ασχολήθηκαν με την παραγωγή και διάθεση τουριστικών ταξιδιών και για ομάδες τουριστών - πελατών.

Τα γενικά **στάδια** στη διαδικασία πώλησης στα Τουριστικά Γραφεία είναι δύο:

- ✓ η τηλεφωνική ή άλλης μορφής τηλεπικοινωνιακή επαφή (φαξ, e-mail), που είναι η πρώτη μορφή επικοινωνίας και πληροφόρησης μεταξύ του τουρίστα - πελάτη και του υπαλλήλου - πωλητή,
- ✓ η προσωπική επαφή, που είναι η βασική μορφή επικοινωνίας και πληροφόρησης και γίνεται στο χώρο του Τουριστικού Γραφείου, σημαντικό στοιχείο της παραγωγής του τουριστικού ταξιδιού, που βασίζεται ακόμα και σήμερα στη διαπροσωπική συνδιαλλαγή μεταξύ του τουρίστα - πελάτη και του υπαλλήλου - πωλητή του Τουριστικού Γραφείου.

Έτσι, η παραγωγική διαδικασία του Τουριστικού Γραφείου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την **άμεση και εξειδικευμένη εργασία σε γνώσεις και συμπεριφορά** του υπαλλήλου-πωλητή.

Επομένως, οι συντελεστές, **χώρος** του Τουριστικού Γραφείου και **χρόνος** που συνολικά αφιερώνεται για την **διαπροσωπική συνδιαλλαγή**, καθορίζουν το εύρος εργασιών του Τουριστικού Γραφείου.

Κάποτε, οι αριθμητικά λίγοι πελάτες των Τουριστικών Γραφείων υψηλού οικονομικού επιπέδου, από το τέλος του 19ου αιώνα έως και τις αρχές του 20ού αιώνα, διέθεταν άνεση σε χρόνο και χρήμα.

Αυτή την άνεση σε χρόνο και χρήμα της πελατείας, το Τουριστικό Γραφείο την μετέφραζε σε ανάλογη άνεση χρόνου για τη διαπροσωπική συνδιαλλαγή υπαλλήλου και πελάτη - τουρίστα.

Αντίθετα, κατά τη μεταπολεμική περίοδο ο κυρίαρχος τύπος πελάτη στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος ήταν, όπως και σήμερα, οι μισθωτοί, οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι μικρέμποροι, οι μικροεπιχειρηματίες, οι διευθυντές και πολλοί άλλοι, οι οποίοι διέθεταν περιορισμένο εισόδημα και περιορισμένο ελεύθερο χρόνο.

Τα προβλήματα, λοιπόν, που έθετε ο νέος τύπος τουρίστα - πελάτη και τα οποία ζητούσαν λύση από το Τουριστικό Γραφείο ήταν τα εξής:

- ❖ Το προϊόν "τουριστικό ταξίδι" θα έπρεπε να προσφέρεται σε πολύ λιγότερο χρόνο διαπροσωπικής συνδιαλλαγής, βασική προϋπόθεση για την πώλησή του. Η μείωση του χρόνου συνδιαλλαγής του τουρίστα - πελάτη και του υπαλλήλου του Τουριστικού Γραφείου θα έπρεπε να γίνει με:
 - ❖ τον πολλαπλασιασμό των τρόπων επικοινωνίας της επιχείρησης με την πελατεία της,
 - ❖ την αναδιοργάνωση της υποδομής του Τουριστικού Γραφείου με πληροφορίες και συνεργάτες-προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών,

- ❖ την εκπαίδευση του προσωπικού σε νέες μεθόδους.
- ❖ Η τιμή του τουριστικού ταξιδιού θα έπρεπε να προσφέρεται όσο το δυνατό χαμηλότερα, γιατί και τα εισοδήματα των τουριστών - πελατών ήταν πολύ μικρότερα.

Το Τουριστικό Γραφείο, λοιπόν, για να αυξήσει την παραγωγή του, έπρεπε να λύσει τα συγκεκριμένα προβλήματα, ώστε να ικανοποιήσει, προς όφελός του, τη νέα μεγάλη και αυξανόμενη ζήτηση των τουριστών - πελατών για τουριστικά ταξίδια.

Η διέξοδος, για την επιζητούμενη αύξηση της παραγωγής του τουριστικού ταξιδιού, ήταν η “βιομηχανοποίησή” του, κατά το πρότυπο της παραγωγής ειδών ευρείας κατανάλωσης, όπως ρούχων, παπουτσιών, επίπλων, ηλεκτρικών συσκευών, αυτοκινήτων κ.τ.λ.

Το “νέο” τουριστικό προϊόν, το οποίο κάλυψε τη μεγάλη ζήτηση για τουριστικά ταξίδια και επέβαλε νέα δεδομένα στην παραγωγή και στη λειτουργία του Τουριστικού Γραφείου, είναι το **Τουριστικό Πακέτο (Package Tour)** και η αντίστοιχη στο νέο αυτό προϊόν επιχειρηματική μορφή είναι ο **Tour Operator**.

Γίνεται, έτσι, φανερός ο διαχωρισμός στη διαδικασία παραγωγής και διαχείρισης του τουριστικού ταξιδιού, σύμφωνα με τον οποίο ο Tour Operator αποτελεί τον κύριο παραγωγό των τουριστικών πακέτων, τα δε Τουριστικά Γραφεία παραμένουν στην αγορά, κυρίως ως πωλητές του τουριστικού πακέτου.

3.3 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

3.3.1 Ορισμός του Τουριστικού Πακέτου

Το **Τουριστικό Πακέτο** είναι ένα ταξίδι οργανωμένο σύμφωνα μ’ ένα λεπτομερές πρόγραμμα, το οποίο περιλαμβάνει ένα ευρύ πεδίο τουριστικών υπηρεσιών, προσφερόμενο στον τουρίστα - πελάτη σε μία σταθερή τιμή, η οποία είναι καθορισμένη εκ των προτέρων.

Πολλοί ορισμοί έχουν δοθεί για το τουριστικό πακέτο. Σύμφωνα με τον πιο πλήρη ορισμό του André Perrault (1978), ένα τουριστικό πακέτο (**inclusive tour** στα αγγλικά, **voyage à forfait** στα γαλλικά, **package tour** στα αμερικάνικα), ορίζεται ως ακολούθως:

“Είναι ένα ταξίδι με κύρια επιδίωξη τις διακοπές/αναψυχή, το οποίο είναι:

- *κατασκευασμένο εκ των προτέρων σε όλες του τις λεπτομέρειες (διαδρομές, καταλύματα, εκδρομές) ή μερικώς (διαμονή) από έναν Tour Operator σε μία συνολική / ενιαία τιμή, η οποία καλύπτει κατά το ελάχιστο την παραμονή και κατά το μέγιστο τη μεταφορά (ταξίδι μετ’ επιστροφής), τις δαπάνες του καταλύματος και της διατροφής, τις δαπάνες αναψυχής ή όλες τις άλλες υπηρε-*

σίες που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα και παρέχονται στον τουρίστα, όπως οι εκδρομές,

- προσφερόμενο στους καταναλωτές από τον Τ.Ο. με την υποστήριξη της κατάλληλης προβολής και διαφήμισης (καταλόγων, διαφημιστικών φυλλαδίων κ.τ.λ.),
- πληρωμένο εξ ολοκλήρου πριν την έναρξη του ταξιδιού”.

Τα τουριστικά πακέτα αποτελούν καταναλωτικά προϊόντα με μικρή διάρκεια ζωής, η οποία συνήθως φθάνει τις δύο εβδομάδες.

3.3.2 Οι Ιδιαιτερότητες των Τουριστικών Πακέτων

Μεταπολεμικά η παγκόσμια οικονομία πέρασε από την “επί παραγγελία παραγωγή” στη “βιομηχανική παραγωγή”. Όπως και στα άλλα καταναλωτικά προϊόντα, έτσι και στον τουρισμό, διαμορφώθηκε η ανάγκη για την παραγωγή ενός “βιομηχανικού” προϊόντος. Η παραγωγή αυτή έπρεπε να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

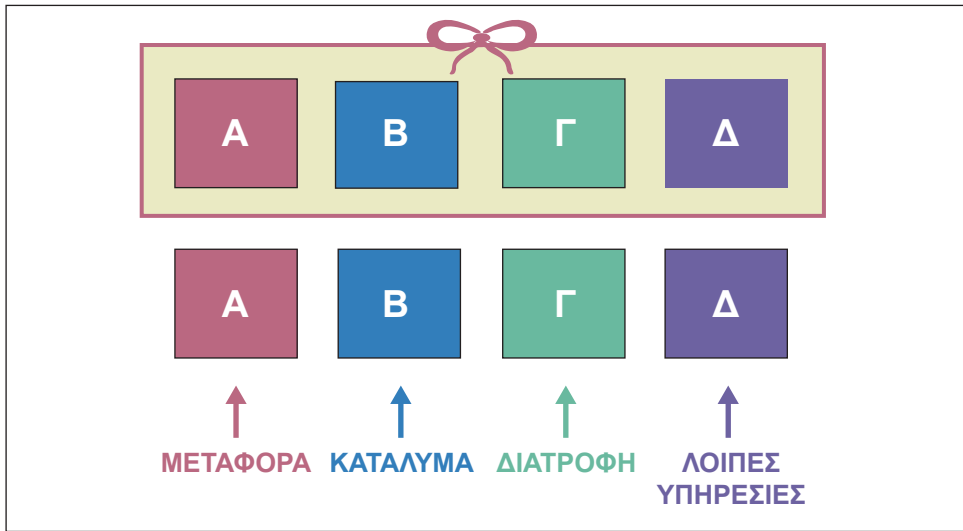
- να ανταποκρίνεται στη μαζικοποίηση του τουριστικού ταξιδιού,
- να προσφέρει το τουριστικό ταξίδι σε τιμή προσιτή στον τουρίστα - πελάτη και σε συνδυασμό με το χρόνο που διέθετε για τουρισμό,
- να πωλεί το τουριστικό ταξίδι άμεσα και γρήγορα, όπως πωλούνται π.χ. τα άλλα προϊόντα ευρείας κατανάλωσης,
- να διατηρήσει ως έχουν, ανεπηρέαστα, τα συστατικά στοιχεία του τουριστικού ταξιδιού (μεταφορά, διαμονή, διατροφή, διασκέδαση κ.ά.), τα οποία λειτουργούν αυτόνομα,
- να εξασφαλίσει, συγχρόνως, τις παραπάνω προϋποθέσεις.

Επομένως, θα έπρεπε να “βιομηχανοποιηθεί” η **διάθεση** των συστατικών στοιχείων του τουριστικού ταξιδιού, δηλαδή θα έπρεπε απλά, τα συστατικά στοιχεία του ταξιδιού να προσφέρονται διαφορετικά.

Να κρατούν μεν την αυτοτέλεια και την ανεξαρτησία στην κατανάλωσή τους, αλλά ο τουρίστας - πελάτης να τα προσεγγίζει σε μορφή πακέτου (από όπου προέρχεται και ο όρος “package”).

Το τουριστικό πακέτο (package tour) επιτρέπει στον τουρίστα - πελάτη να βλέπει, να επιλέγει και να αγοράζει τη συνολική μορφή του τουριστικού προϊόντος και στον Tour Operator να πωλεί επιμέρους συστατικά στοιχεία τουριστικού ταξιδιού ως ομοιογενές προϊόν, συστηματικά συγκροτημένο και τυποποιημένο.

Για παράδειγμα, δύο θέσεις αεροπλάνου ή δύο δωμάτια τουριστικού καταλύματος ή δύο γεύματα λειτουργούν εντελώς ίδια, ως αυτόνομα τελικά καταναλωτικά προϊόντα, είτε για τον Α τουρίστα - πελάτη, ο οποίος τα αγοράζει ανεξάρτητα και μεμονωμένα είτε για το Β τουρίστα - πελάτη, ο οποίος αγοράζει ένα τουριστικό πακέτο. Η βασική διαφορά είναι ότι ο Α διαπραγματεύεται ο ίδιος για το καθένα ξεχωριστά από αυτά τα τουριστικά προϊόντα, ενώ ο Β διαπραγματεύεται για όλα τα τουριστικά προϊόντα ως σύνολο.



ΣΧΗΜΑ 3.3. Το Τουριστικό Πακέτο και οι Μεμονωμένες Υπηρεσίες

Με αυτόν τον τρόπο η τυποποίηση στην παραγωγή του Τουριστικού Πακέτου εμφανίζει τα παρακάτω βασικά χαρακτηριστικά:

- Το Τουριστικό Πακέτο, περιέχει τα αναγκαία συστατικά στοιχεία ενός τουριστικού ταξιδιού.
- Τα συστατικά αυτά στοιχεία του τουριστικού πακέτου είναι προκαθορισμένα, τόσο μεμονωμένα όσο και στο σύνολό τους, για να γίνουν έτσι, ως σύνολο, αποδεκτά από τον τουρίστα - πελάτη.
- Αυτό σημαίνει ότι ένα Τουριστικό Πακέτο προσφέρεται ως τελικό προϊόν στον τουρίστα καταναλωτή, ακριβώς όπως τα εμπορεύματα στη βιτρίνα των μαγαζιών και αυτός είτε το επιλέγει και το αγοράζει, ως συνολική **συμφωνία (agreement)**, όπως είναι, είτε δεν το αποδέχεται και δεν το αγοράζει.

Τα τουριστικά πακέτα ως προϊόντα διαφέρουν από τα βιομηχανικά προϊόντα στην παραγωγή και διάθεσή τους ως εξής:

- Η κατανάλωση των συστατικών στοιχείων ενός τουριστικού πακέτου πραγματοποιείται άμεσα με την παραγωγή τους, επειδή τα συστατικά στοιχεία του τουριστικού πακέτου δεν αποθηκεύονται αλλά αγοράζονται, παράγονται και καταναλώνονται σε συγκεκριμένο χώρο και σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή.
- Η κατανάλωση των συστατικών στοιχείων ενός τουριστικού πακέτου από τον τουρίστα - πελάτη γίνεται αργότερα σε σχέση με το χρόνο αγοράς του. Π.χ. ένα τουριστικό πακέτο για τα ελληνικά νησιά της περιόδου του Αυγούστου αγοράζεται από έναν τουρίστα του εξωτερικού από τον χειμώνα ή την άνοιξη.
- Η κατανάλωση των συστατικών στοιχείων ενός τουριστικού πακέτου πραγματοποιείται πάντοτε στον τόπο παραγωγής τους.

3.3.3 Τα Είδη των Τουριστικών Πακέτων

Τα τουριστικά πακέτα διακρίνονται ανάλογα με:

✓ **Τα μέσα μεταφοράς** (αεροπλάνο, πλοίο, λεωφορείο, τρένο).

✓ **Τα στοιχεία του τουριστικού πακέτου:**

❖ **Πακέτα που περιλαμβάνουν τα πάντα (full ή all inclusive, “tout compris”).**

Αφορούν κυρίως τα μεγάλα ξενοδοχεία και περιλαμβάνουν: τουριστικό ταξίδι, διαμονή, πλήρη διατροφή σε εστιατόρια, ταβέρνες και snack bars, pool bars, beach bars, όλα τα ποτά που μπορεί ο τουρίστας να καταναλώσει, αθλητικές δραστηριότητες, οργανωμένη ψυχαγωγία, ασφαλιστικές καλύψεις. Ο τύπος αυτός εκτός από το αεροπορικό ταξίδι και τις τοπικές μεταφορές, προσφέρεται σχεδόν εξ ολοκλήρου στο ξενοδοχείο.

❖ **Πακέτα συνδυασμών.**

Αφορούν τύπους τουριστικών πακέτων που συνδυάζουν την αερομεταφορά με άλλα μέσα μετακίνησης ή την αερομεταφορά με παραμονή σε τουριστικά καταλύματα με ή χωρίς περιήγηση.

Τέτοια πακέτα είναι:

❖ **Πακέτα περιήγησης.**

Τα πακέτα περιήγησης περιλαμβάνουν: την αερομεταφορά, τη μετακίνηση από το αεροδρόμιο μέχρι το κατάλυμα στην άφιξη και αντίστροφα στην αναχώρηση, συνήθως με τουριστικά λεωφορεία, μικρή διάρκεια παραμονής σε συγκεκριμένο τόπο και κατάλυμα, με συνεχείς μετακινήσεις σε διάφορους τόπους, μετακίνηση συνήθως με τουριστικά λεωφορεία και ξενάγηση σε διάφορα αξιοθέατα με πολιτιστικό, ιστορικό, οικολογικό ή άλλο ενδιαφέρον.

❖ **Κρουαζιέρες ή “Fly and Sail”.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά (στην περίπτωση που η κρουαζιέρα ξεκινά μακριά από τη μόνιμη διαμονή του τουρίστα), τη μετακίνηση στο λιμάνι επιβίβασης και την κρουαζιέρα με όσα συμπεριλαμβάνει.

❖ **“Fly and Drive”.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά, το ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο επιλογής του πελάτη, που τον περιμένει στο αεροδρόμιο προορισμού (σπάνια με οδηγό), προαιρετικά και ενδεικτικά διαμορφωμένο πρόγραμμα περιήγησης με καταλύματα σε διάφορες περιοχές και άλλες τουριστικές υπηρεσίες.

❖ **“Fly and Rail”.**

Αντί για αυτοκίνητο, όπως παραπάνω, οι τουρίστες, μετά την άφιξη με αεροπλάνο, χρησιμοποιούν το τρένο.

❖ **Ξενοδοχειακά πακέτα ή “Fly and Hotel”.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά, τη μετάβαση στο ξε-

νοδοχείο προορισμού και την παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών με βάση τη συμφωνία.

Αποτελεί το βασικό πακέτο αναψυχής και είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο. Η τιμή πώλησής του είναι ανάλογη με το είδος του δωματίου, τον αριθμό των κλινών, τη συμφωνία διατροφής, την τουριστική περίοδο, κ.ά.

❖ **Θεματικά πακέτα.**

Αφορούν τύπους τουριστικών πακέτων που συνδυάζουν την αερομεταφορά με την παροχή άλλων υπηρεσιών.

Τέτοια πακέτα είναι:

❖ **Διακοπές ομαδικής ψυχαγωγίας και άθλησης ή “Club Tours”.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά, τη μετακίνηση (transfer) στο “ξενοδοχείο συλλογικών διακοπών” ή Hotel Club και παροχή ψυχαγωγίας και άθλησης (animation) για μεγάλους και μικρούς με ειδικά προγράμματα του ξενοδοχείου.

❖ **Αθλητικά πακέτα ή “Sport Tours”.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά, τη μετακίνηση, το κατάλυμα, τη διατροφή, τη δυνατότητα συμμετοχής σε ορισμένα ατομικά ή ομαδικά αθλήματα στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου ή σε κοντινές περιοχές, όπως η ιστιοσανίδα (wind surf), η ιστιοπλοΐα, το γκολφ, η ορειβασία, η αναρρίχηση, το rafting κ.τ.λ.

❖ **Πακέτα συνεδρίων.**

Οι επιτροπές διοργάνωσης διεθνών συνεδρίων με τη βοήθεια ενός Τουριστικού Γραφείου διασφαλίζουν: τον κατάλληλο χώρο για τη διεξαγωγή του συνεδρίου (τοποθεσία, αίθουσα συνεδρίου, διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία), τη μεταφορά των συνέδρων και άλλες υπηρεσίες (τοπικές εκδρομές, ξεναγήσεις, by night, κ.ά.).

Η ανακοίνωση του προγράμματος του συνεδρίου συνοδεύεται και από το αίτημα για διάφορες κρατήσεις (διαμονή, διατροφή, ψυχαγωγία).

Τα Τουριστικά Γραφεία καλύπτουν την ανάγκη αυτή για συνεδριακό τουρισμό οργανώνοντας ειδικά ταξίδια.

❖ **Πακέτα Εκθέσεων.**

Το πακέτο αυτό περιλαμβάνει: την αερομεταφορά, τη μετακίνηση (transfer), το κατάλυμα κοντά στον εκθεσιακό χώρο, το πρωινό, τη μεταφορά από και προς τον εκθεσιακό χώρο και τα εισιτήρια ή τις άδειες εισόδου στην έκθεση.

❖ **Άλλα θεματικά πακέτα.**

Εκτός από τα παραπάνω πακέτα, ανάλογα με τις τουριστικές ανάγκες, διαμορφώνονται και άλλοι τύποι πακέτων, όπως:

- ✦ πακέτα εξοχικών κατοικιών,
- ✦ πακέτα νέων,
- ✦ πακέτα κινήτρων,

- ♦ πακέτα θεραπευτικού τουρισμού,
- ♦ πακέτα ιστορικού, πολιτιστικού, θρησκευτικού τουρισμού,
- ♦ πακέτα σχολικού και φοιτητικού τουρισμού,
- ♦ πακέτα αγροτουρισμού, κ.τ.λ.



ΕΙΚΟΝΑ 3.4: Οργανωμένος Θεματικός Τουρισμός

◆ **Ταξίδια της τελευταίας στιγμής (Last minute trips).**

Οι Παραγωγοί και Διαχειριστές Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operators), πολλές φορές, αποφασίζουν και προσφέρουν τα τουριστικά πακέτα με μεγάλες εκπτώσεις σε τιμές έως και 80% χαμηλότερες από αυτές που ισχύουν στην αγορά. Αυτό συμβαίνει γιατί, λίγο πριν την ημερομηνία έναρξης ενός τουριστικού ταξιδιού, είτε δεν έχουν πωλήσει όλα τα τουριστικά πακέτα που διαθέτουν είτε έχουν ακυρώσεις.

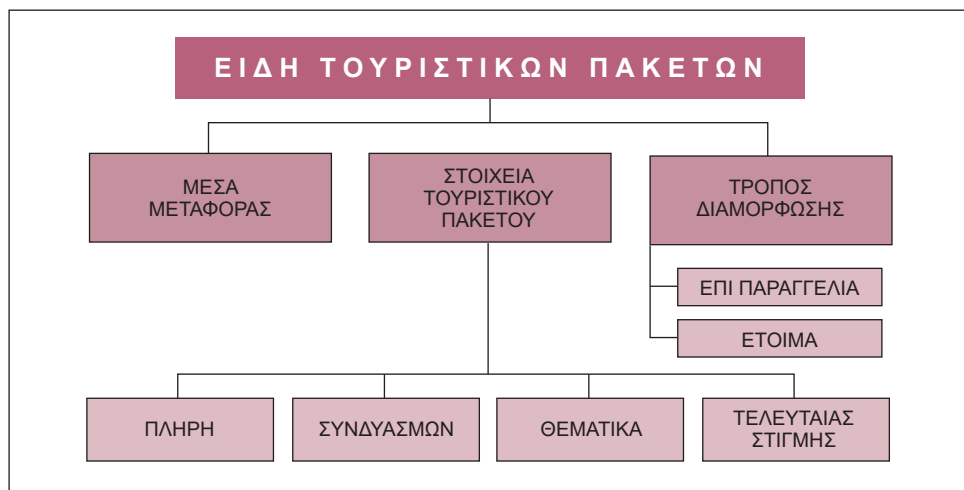
Τα τουριστικά πακέτα της τελευταίας στιγμής απευθύνονται σε ειδική ομάδα πελατών που προσβλέπουν σε αυτές τις προσφορές πακέτων της τελευταίας στιγμής. Οι πελάτες αυτοί αποδέχονται χωρίς δυσάρεσκα αλλαγές στα στοιχεία του πακέτου (π.χ. ξενοδοχείο), που γίνονται την τελευταία στιγμή από τον Παραγωγό και Διαχειριστή Τουριστικών Υπηρεσιών (Tour Operator), γιατί οπωσδήποτε η αξία του πακέτου είναι μεγαλύτερη από την τιμή του.

Ορισμένα Τουριστικά Γραφεία πωλούν αποκλειστικά πακέτα της τελευταίας στιγμής ή κάνουν προσφορές πακέτων χαμηλής ζήτησης, επομένως χαμηλής τιμής.

✓ **Τον τρόπο διαμόρφωσης του πακέτου.**

Διακρίνονται ως εξής:

- ❖ **επί παραγγελία οργανωμένα ταξίδια** (Tailored Made Package Tour):
 - ❖ **ατομικά** (individual),
 - ❖ **ομαδικά** (group),
 με παραγωγό τα Τουριστικά Γραφεία,
- ❖ **έτοιμα τουριστικά πακέτα** (Ready Made Package Tour), με παραγωγό τους Tour Operators.



ΣΧΗΜΑ 3.4 Είδη Τουριστικών Πακέτων

3.3.4 Οι Φάσεις Παραγωγής και Διάθεσης των Τουριστικών Πακέτων (Tour Operating)

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, τα συστατικά στοιχεία που αποτελούν το τουριστικό πακέτο ή το τουριστικό προϊόν σε συνδυασμό μεταξύ τους είναι ο τόπος προορισμού, η μεταφορά, το τουριστικό κατάλυμα, η διατροφή, η μετακίνηση (transfer), οι τοπικές εκδρομές, η ξενάγηση, η διασκέδαση και άλλες επιπλέον υπηρεσίες που μπορούν να δοθούν για τον τουρίστα - πελάτη. Για να χαρακτηριστεί ένα τουριστικό προϊόν ως τουριστικό πακέτο, οι ελάχιστες υπηρεσίες που πρέπει να διαθέτει είναι η μεταφορά και η διαμονή του τουρίστα - πελάτη.

Ανεξάρτητα από τα συστατικά στοιχεία, που αποτελούν ένα τουριστικό πακέτο, **οι φάσεις παραγωγής και διάθεσής του**, είναι:

- 1η: ΣΥΛΛΗΨΗ ΙΔΕΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΡΧΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ.
- 2η: ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ Η ΟΡΙΣΤΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ.
- 3η: ΠΑΡΑΓΩΓΗ.

- ❖ Προαγορές και συνεργασίες με τους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- ❖ Έλεγχος ποιότητας τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

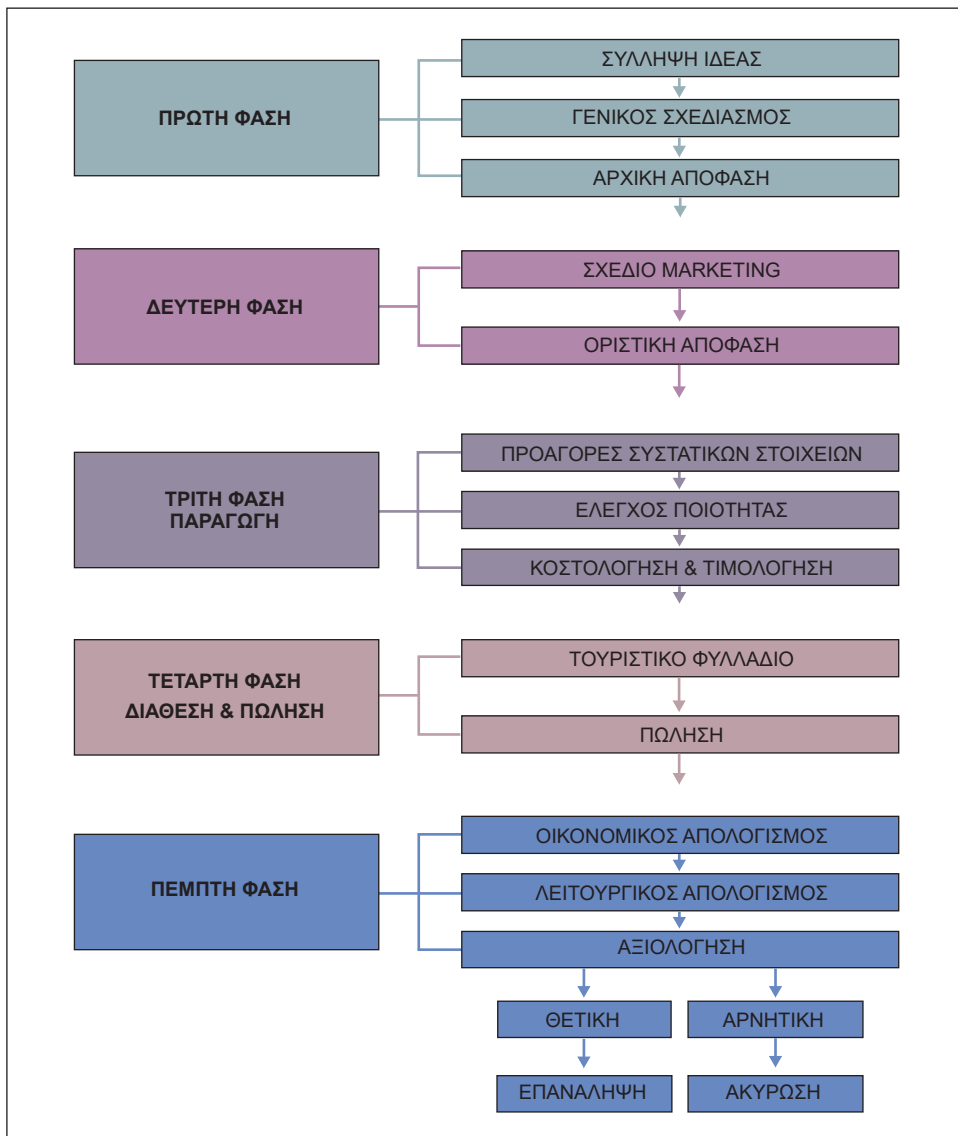
◆ Κοστολόγηση - Τιμολόγηση.

4η: ΔΙΑΘΕΣΗ - ΠΩΛΗΣΗ.

◆ Το εκδρομικό - τουριστικό φυλλάδιο (brochure).

◆ Η πώληση του τουριστικού πακέτου.

5η: ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ, ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ Ή ΑΚΥΡΩΣΗ.



ΣΧΗΜΑ 3.5 Οι Φάσεις Παραγωγής και Διάθεσης Τουριστικών Πακέτων

Τα σημαντικότερα σημεία της παραπάνω διαδικασίας είναι τα εξής:

1η ΦΑΣΗ: Σύλληψη Ιδέας και Γενικός Σχεδιασμός για την αρχική απόφαση.

Η φάση αυτή, που βασικά είναι η σύλληψη της αρχικής ιδέας για την παραγωγή ενός νέου τουριστικού πακέτου, σημαίνει ουσιαστικά την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού.

Η φάση αυτή είναι πολύ σημαντική, γιατί από αυτή εξαρτάται η οικονομική αποτελεσματικότητα του πακέτου.

Οι παράγοντες που εξετάζονται για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού σχετίζονται με:

- ❖ τους αερομεταφορείς και τα άλλα μεταφορικά μέσα,
- ❖ την πολιτική και κοινωνικοοικονομική κατάσταση του τόπου προορισμού και τα αποτελέσματα από την επιλογή του ως νέου προορισμού,
- ❖ τις πολιτικές, οικονομικές και εμπορικές σχέσεις της χώρας προέλευσης τουριστών με τη χώρα υποδοχής και την ιστορία τους,
- ❖ τον Οργανισμό Τουρισμού της χώρας υποδοχής και τα Γραφεία του στη χώρα προέλευσης,
- ❖ τους τύπους του πακέτου που προσφέρονται στο συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό.

Τα αποτελέσματα αυτής της φάσης εμφανίζονται σε μία Αρχική Έκθεση.

2η ΦΑΣΗ: Σχέδιο Μάρκετινγκ και η οριστική απόφαση.

Μετά τη θετική πρόταση του Αρχικού Σχεδιασμού ο Tour Operator μπαίνει στη φάση ενός **Σχεδίου Μάρκετινγκ**, δηλαδή της ερμηνείας των διαθέσεων της τουριστικής ζήτησης, δηλαδή των συστατικών στοιχείων τα οποία οι τουρίστες - πελάτες επιθυμούν και μπορούν να αγοράσουν αλλά και των δυνατοτήτων της τουριστικής προσφοράς στο συγκεκριμένο προορισμό.

Το αποτέλεσμα αυτής της φάσης, μετά τις τελικές επιλογές για όλα τα συστατικά στοιχεία του τουριστικού πακέτου για το συγκεκριμένο προορισμό, είναι να διαμορφωθεί και να συνταχθεί το τελικό περιγραφικό “οδοιπορικό”, σύμφωνα με το οποίο θα πρέπει να υλοποιούνται τα τουριστικά πακέτα από την αναχώρηση του τουρίστα - πελάτη μέχρι την επιστροφή του στον τόπο μόνιμης διαμονής του.

3η ΦΑΣΗ: Η Διαδικασία Παραγωγής των τουριστικών πακέτων ή Έλεγχος, Εξασφάλιση και Προαγορά των συστατικών στοιχείων ενός τουριστικού πακέτου.

Μετά τη φάση του Σχεδίου Μάρκετινγκ και τη λήψη της οριστικής (θετικής) απόφασης για την παραγωγή ενός τουριστικού πακέτου, αρχίζει η φάση της παραγωγής του, δηλαδή η εξασφάλιση όλων των συστατικών στοιχείων του τουριστικού πακέτου.

Αυτή η εξασφάλιση συνίσταται στην προαγορά όλων των προϊόντων ή υπηρεσιών που έχουν προκαθοριστεί από το σχεδιασμό και την ενσωμάτωσή τους στο πακέτο ως τελικού προϊόντος.

Οι διερευνητικές επαφές του Tour Operator με τους παραγωγούς του τόπου προορισμού, για την προαγορά τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,

γίνονται είτε **άμεσα**, από εκπροσώπους του Tour Operator, είτε **έμμεσα**, μέσω του Τουριστικού Γραφείου-Αντιπροσώπου του (Ground Operator).

Το Τουριστικό Γραφείο-Αντιπρόσωπος εξασφαλίζει και προαγοράζει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγονται τοπικά, εκτός της αερομεταφοράς την οποία εξασφαλίζει αποκλειστικά ο Tour Operator. Το Τουριστικό Γραφείο-Αντιπρόσωπος είναι συνήθως σε στενή οικονομική και λειτουργική σχέση με τον Tour Operator.

Οι επαφές και οι διαπραγματεύσεις τού Tour Operator ή του Τουριστικού Γραφείου-Αντιπροσώπου, με τους τοπικούς παραγωγούς γίνονται 10 έως 12 μήνες πριν από την τουριστική περίοδο κατά τη οποία θα καταναλωθούν τα τουριστικά προϊόντα και οι υπηρεσίες.

Κατάληξη των διαπραγματεύσεων είναι η υπογραφή των σχετικών συμβολαίων-συμφωνιών με τα οποία εξασφαλίζεται συγκεκριμένη ποσότητα και ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

Ο Tour Operator, στη διαδικασία παραγωγής και διάθεσης ενός τουριστικού πακέτου για ένα τουριστικό προορισμό, λαμβάνει υπόψη του τα παρακάτω στοιχεία που χαρακτηρίζουν την **ποιότητα** των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται σε ένα τουριστικό τόπο και αναφέρονται:

- ❖ στους παράγοντες που δηλώνουν τις **συνθήκες ζωής** των μόνιμων κατοίκων της περιοχής, όπως:
 - ❖ ο διαθέσιμος κοινόχρηστος χώρος,
 - ❖ οι συνθήκες στέγασης,
 - ❖ η ποιότητα του περιβάλλοντος (πάρκα, κήποι, λίμνες, δάση, ποτάμια, ακτές, βιότοποι, εθνικοί δρυμοί κ.ά.) και
 - ❖ οι κοινωνικές συνθήκες διαβίωσης,
- ❖ στους παράγοντες που αφορούν την κοινωνική διαβίωση των τουριστών στην περιοχή, δηλαδή την **τουριστική εικόνα**, όπως:
 - ❖ οι υπηρεσίες στους σταθμούς εισόδου και εξόδου του τόπου υποδοχής (αεροδρόμια, λιμάνια, σιδηροδρομικοί σταθμοί, οδικοί σταθμοί),
 - ❖ οι πληροφορίες για τα διαθέσιμα μέσα μεταφοράς (αεροσκάφη, ακτοπλοϊκά μέσα, λεωφορεία, σιδηρόδρομοι, τουριστικά λεωφορεία, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα),
 - ❖ το δίκτυο μεταφορών και τα ταξί,
 - ❖ το δυναμικό σε καταλύματα (ξενοδοχεία, βίλες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και δωμάτια) και οι προσφερόμενες υπηρεσίες σ' αυτά,
 - ❖ η καθαριότητα των δημόσιων χώρων και των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
 - ❖ η διατροφή (ποιότητα, ποσότητα, ποικιλία, τοπικά εδέσματα),
 - ❖ οι τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών και η σχέση ποιότητας και τιμής,
 - ❖ η συμπεριφορά του ανθρώπινου δυναμικού στις τουριστικές υπηρεσίες και η γνώση ξένων γλωσσών,
 - ❖ η συμπεριφορά του γενικού πληθυσμού προς τους ξένους τουρίστες,

- ❖ οι αγορές με προϊόντα ποιότητας,
- ❖ οι καλλιτεχνικές και άλλες εκδηλώσεις,
- ❖ η οργάνωση μουσείων, αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων και κτηρίων, εμπορικών κέντρων και τοπικών καταστημάτων, κ.ά.

Μια περιοχή έχει “τουριστική εικόνα” θετική ή αρνητική, στο βαθμό που μπορεί, με βάση τη γενική κοινωνική και ειδική τουριστική υποδομή της (θεσμοί, ήθη-έθιμα, εγκαταστάσεις, δραστηριότητες, κ.ά.), να έλκει ή να απωθεί τουρίστες - πελάτες.

Η διερεύνηση, διαπραγμάτευση και συμφωνία για προϊόντα και υπηρεσίες μεταξύ των παραγωγών τους και του Tour Operator, γίνεται με βάση ορισμένα **δεδομένα**, όπως:

- ❖ την αλληλεξάρτηση που έχουν όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες όσον αφορά την κατανάλωσή τους από τον τουρίστα - πελάτη, δηλαδή η κατανάλωση ενός συστατικού στοιχείου προϋποθέτει και την κατανάλωση άλλων,
- ❖ το γεγονός ότι δεν τίθεται σε κίνδυνο η ποσοτική και ποιοτική αξιοπιστία του τουριστικού πακέτου από τα συστατικά στοιχεία που το αποτελούν. Αντίθετα, εξασφαλίζουν την ομοιογένεια του τελικού προϊόντος-πακέτου.

Με βάση τα **δεδομένα αυτά για την εξασφάλιση της ποσότητας και ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών** οι Tour Operators και τα Τουριστικά Γραφεία-Αντιπρόσωποι, διαπραγματεύονται με τους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, ως εξής:

- ❖ **Εξετάζουν τις δυνατότητες παραγωγής** του κάθε παραγωγού τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών και **ελέγχουν**:
 - ❖ **Στον τομέα της αεροπορικής, θαλάσσιας ή σιδηροδρομικής μεταφοράς**:
 - ✦ τους τύπους των αεροσκαφών σε σχέση με την ικανότητα πτήσης και τη χωρητικότητα θέσεων,
 - ✦ το είδος της πτήσης (τακτική ή charter) σε σχέση με τη διαθεσιμότητα των θέσεων του αεροσκάφους,
 - ✦ τη δυναμικότητα και τη διαθεσιμότητα σε καμπίνες και κρεβάτια των πλοίων,
 - ✦ τη δυναμικότητα και τη διαθεσιμότητα των σιδηροδρόμων σε βαγόνια, θέσεις, κρεβάτια και θέσεις στο εστιατόριο.
 - ❖ **Στον τομέα του καταλύματος και της διατροφής**:
 - ✦ τις ξενοδοχειακές μονάδες από άποψη κατηγοριών και μεγέθους,
 - ✦ την ποσότητα δωματίων και κρεβατιών,
 - ✦ τη θέση, τον προσανατολισμό και τον όροφο,
 - ✦ τη διαθεσιμότητα δίκλινων ή μονόκλινων δωματίων,
 - ✦ τη διασπορά των δωματίων στο χώρο του καταλύματος (περίπτωση μικρών μονάδων ξενοδοχείων, διαμερισμάτων κ.τ.λ.),

- ✦ τον αριθμό των τραπεζιών και των θέσεων στα εστιατόρια, τις ταβέρνες, τα μπαρ,
 - ✦ τη σχέση κρεβατιών και θέσεων στα εστιατόρια του καταλύματος,
 - ✦ τις προσφερόμενες υπηρεσίες (T.V., Air Condition, πισίνα, σάουνα, ταβέρνες, διασκέδαση, χρηματοκιβώτιο, αθλητικά παιχνίδια, Animation κ.ά.).
- ❖ **Στον τομέα των τουριστικών λεωφορείων:**
- ✦ τον τύπο και το μέγεθος του τουριστικού λεωφορείου,
 - ✦ τον αριθμό των θέσεων,
 - ✦ τις παρεχόμενες υπηρεσίες,
 - ✦ τον αριθμό των τουριστικών λεωφορείων ανά εταιρεία.
- ❖ **Στις άλλες υπηρεσίες:**
- ✦ τις εγκαταστάσεις για αθλητισμό, animation κ.τ.λ.,
 - ✦ τις εγκαταστάσεις για πολιτιστικές εκδηλώσεις,
 - ✦ τις εγκαταστάσεις διασκέδασης.
- ❖ **Εξετάζουν την αξιοπιστία** του κάθε παραγωγού τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών:
- ❖ από την προηγούμενη εμπειρία συνεργασίας,
 - ❖ από τις πληροφορίες της τοπικής τουριστικής αγοράς,
 - ❖ από τη θέση της επιχείρησης στην τοπική τουριστική αγορά,
 - ❖ από σχετική έρευνα που πραγματοποιούν επί τόπου.
- ❖ **Διαπιστώνουν την ποιότητα** των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών του κάθε παραγωγού, αφού η διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών που συνθέτουν το τουριστικό πακέτο, είναι η βασική εγγύηση της ασφάλειας του τουρίστα - πελάτη.

Η διασφάλιση αυτή της ποιότητας ενισχύθηκε στην Ελλάδα με:

- την Οδηγία της Ε.Ε. 90/314/13-6-1990 (Ελληνικό ΠΔ 339/96 ΦΕΚ 225/11-6-1996) για τα Οργανωμένα Ταξίδια
- το άρθρο 8 του Ν1652/30-10-1986 (ΦΕΚ 167Α΄) για τις σχέσεις ξενοδόχων και των πελατών τους και
- το γενικό πλαίσιο των “Οδηγών Ελέγχου και Εποπτείας της Ξενοδοχειακής και Εστιατορικής Παραγωγής”.

Όλα τα παραπάνω θεσμοθετήματα και ο καθορισμός της αστικής ευθύνης για τυχόν ατυχήματα από τους επιμέρους παραγωγούς, βοήθησαν αφενός στην ομογενοποίηση και τυποποίηση των συστατικών στοιχείων-προϊόντων και υπηρεσιών αφετέρου στη διασφάλιση της ποιότητας του τουριστικού πακέτου.

Οι χώροι παραγωγής που τέθηκαν υπό τον έλεγχο των προαναφερθέντων “Οδηγών” είναι:

Ο χώρος του ξενοδοχείου, του μπαρ, της τραπεζαρίας, του μπουφέ, των δωματίων, της κουζίνας, της πισίνας, των κοινόχρηστων χώρων και μπάνιων.

Οι χώροι αυτοί ελέγχονται για τις συνθήκες:

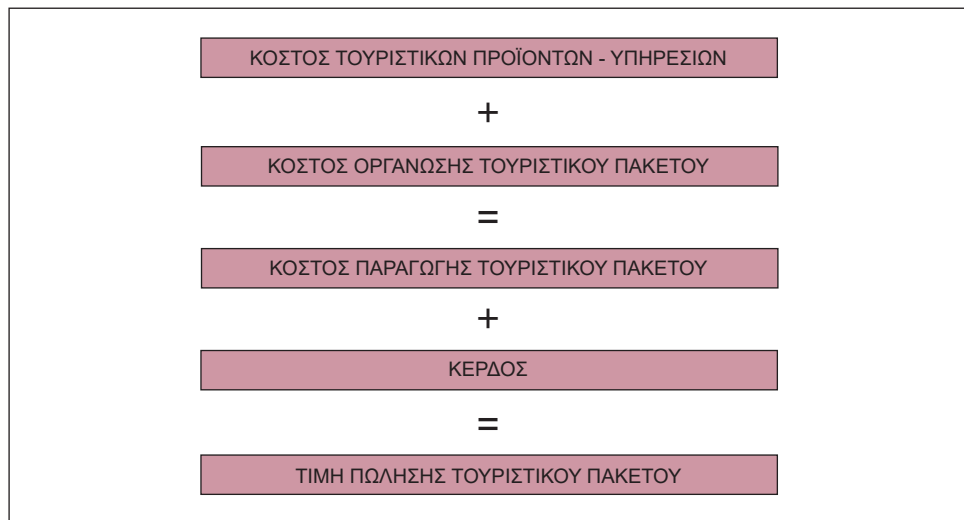
- ✓ ασφάλειας στη διακίνηση των τουριστών,
- ✓ υγιεινής,
- ✓ προστασίας από πυρκαγιά,
- ✓ γενικότερης ασφάλειας.

Μετά την εξασφάλιση των συστατικών στοιχείων-προϊόντων και υπηρεσιών του τουριστικού πακέτου με την προαγορά τους και με την τήρηση όλων των κανόνων διασφάλισης της ποιότητάς τους, το τουριστικό πακέτο είναι έτοιμο να πωληθεί αφού προηγουμένως **κοστολογηθεί** και **τιμολογηθεί**.

Για να τιμολογηθεί ο προορισμός-πακέτο θα πρέπει στο συνολικό κόστος των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, να προστεθεί το κόστος του Tour Operator για το σχεδιασμό και την παραγωγή του τουριστικού πακέτου, όπως επίσης το ποσοστό κέρδους που θέλει ο Tour Operator για το συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο.

Έτσι τιμολογεί με βάση:

- ◆ το κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών (πληρωμές στους παραγωγούς),
- ◆ το κόστος για την οργάνωση του τουριστικού πακέτου,
- ◆ το επιθυμητό ποσοστό κέρδους (ακαθάριστο).



ΣΧΗΜΑ 3.6 Η Κοστολόγηση - Τιμολόγηση του Τουριστικού Πακέτου

Ο υπολογισμός της σωστής τιμής πώλησης του τουριστικού πακέτου είναι σημαντική λειτουργία, γιατί συνδέεται με:

- ❖ την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού πακέτου για τον ίδιο προορισμό, μεταξύ άλλων τουριστικών πακέτων και άλλων Tour Operators,
- ❖ την αποδοτικότητα του ίδιου του τουριστικού πακέτου.

Βασικό στοιχείο στην καλή λειτουργία ενός τουριστικού πακέτου είναι η **Ταμειακή Ρευστότητα (Cash Flow)**, δηλαδή οι χρηματικές εισπράξεις και πληρωμές που αυτό δημιουργεί. Επιδίωξη του Tour Operator είναι οι εισπράξεις του από τα Τουριστικά Γραφεία (Retailers) ή τους τουρίστες - πελάτες, να υπερβαίνουν κάθε χρονική στιγμή τις πληρωμές που πρέπει να κάνει στους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να έχει άνεση χρηματικών διαθεσίμων.

4η ΦΑΣΗ: Διάθεση και Πώληση του τουριστικού πακέτου.

Το βασικό μέσο με το οποίο ο παραγωγός Tour Operator εμφανίζει και προωθεί για πώληση το προϊόν “τουριστικό πακέτο” στην τουριστική αγορά είναι το τουριστικό φυλλάδιο (brochure).

Το τουριστικό φυλλάδιο (brochure) έχει την ιδιομορφία να είναι το κύριο διαφημιστικό εργαλείο του τελικού προϊόντος (τουριστικό πακέτο) το οποίο κατά την αγοραπωλησία δεν είναι χειροπιαστό και ορατό όπως τα άλλα υλικά καταναλωτικά προϊόντα.

Το τουριστικό φυλλάδιο (brochure), το οποίο σχεδιάζεται είτε από τον ίδιο τον Tour Operator είτε από ειδικούς διαφημιστές, πληροφορεί τους τουρίστες - πελάτες για τα τουριστικά πακέτα και τους εφοδιάζει με “υποσχέσεις” για μια ετεροχρονισμένη κατανάλωση, προσβλέποντας στην ικανοποίησή τους από το τουριστικό πακέτο.

Ο σχεδιασμός και η μορφή του τουριστικού φυλλαδίου (brochure) αποτελούν μια ιδιαίτερη φάση στη διαδικασία τόσο της διάθεσης όσο και της πώλησης του τουριστικού πακέτου στην τουριστική αγορά, γιατί μέσα από αυτό διαμορφώνεται η τελική μορφή του προϊόντος “τουριστικό πακέτο”. Η τελική μορφή είναι βασικός παράγοντας πειθούς για την πώληση ή μη του προϊόντος.

Το τουριστικό φυλλάδιο (brochure) γεννά την άμεση σχέση μεταξύ του παραγωγού και του τουρίστα - καταναλωτή και η μορφή του επιτυγχάνει:

- ❖ την “ένωση” των μεμονωμένων προϊόντων και υπηρεσιών μέσα στο τελικό προϊόν “τουριστικό πακέτο”,
- ❖ την αντίληψη του τουριστικού πακέτου ως ενιαίου, συνολικού και έτοιμου προϊόντος,
- ❖ την ενίσχυση της εικόνας (image) και της αξιοπιστίας του Tour Operator.

Το τουριστικό φυλλάδιο, ανάλογα με τους σκοπούς που εξυπηρετεί και τον αριθμό των τουριστικών πακέτων που διαθέτει, μπορεί να είναι από ένα απλό φυλλάδιο έως ένα πολυτελές βιβλίο με πολλές σελίδες και εικόνες.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση του τουρίστα - πελάτη, το Τουριστικό Γραφείο, εκτός από το τουριστικό φυλλάδιο (brochure), τα άλλα αναγκαία έντυπα ή και τα εισιτήρια, που τοποθετεί στο φάκελο που του παραδίδει, εφοδιάζει τον

τουρίστα - πελάτη και με τον **Πίνακα Δρομολογίων (Itinerary)**. Στον Πίνακα Δρομολογίων αναγράφονται αναλυτικά όλες οι πληροφορίες ανά ημέρα, όπως οι τόποι αναχώρησης και προορισμού, οι ώρες μετακινήσεών του, η μεταφορική εταιρεία, τα τουριστικά καταλύματα στα οποία έχουν γίνει οι κρατήσεις δωματίων με τις διευθύνσεις και τα τηλέφωνα τους, οι τόποι επίσκεψης ή διασκέδασης π.χ. μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι, ταβέρνες κ.τ.λ., εκδρομές και οι αντιπρόσωποι του Τουριστικού Γραφείου στις διάφορες πόλεις.

Η ετοιμασία του τουριστικού φυλλαδίου (brochure) αποτελεί μεν ένα βασικό μέρος της διάθεσης του τουριστικού πακέτου, δεν αρκεί όμως για την πώλησή του.

Η **πώληση ενός τουριστικού πακέτου** αποτελεί μια σύνθετη εργασία, η οποία περιλαμβάνει:

- ❖ τον καθορισμό των αναγκών του τουρίστα - πελάτη,
- ❖ την αξιόπιστη παρουσίαση εναλλακτικών τουριστικών πακέτων στους τουρίστες - πελάτες (κατάλογοι, πληροφορίες, συμβουλές, μέσα μεταφοράς, κατάλυμα, ημερομηνίες, τιμές, κ.τ.λ.),
- ❖ τον υπολογισμό της συνολικής τιμής πώλησης, για να πραγματοποιηθεί η κράτηση,
- ❖ την είσπραξη της προκαταβολής ή την εξόφληση του τουριστικού πακέτου,
- ❖ την επαφή με τους πελάτες, με την αποστολή νέων τουριστικών φυλλαδίων, ευχαριστήριων καρτών, κ.τ.λ.

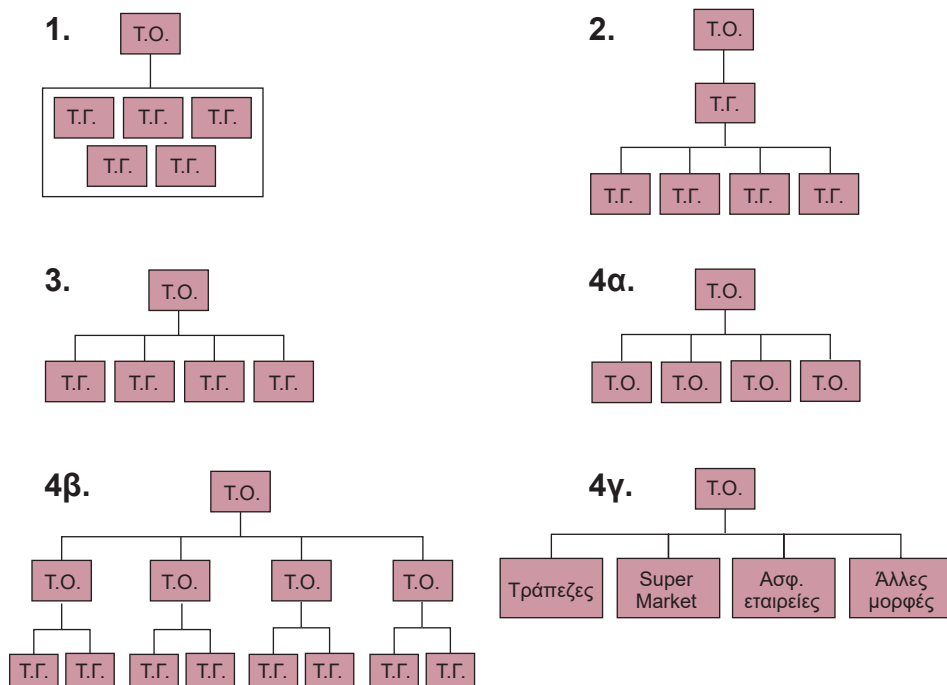
Πριν από την έναρξη των πωλήσεων, τα “σημεία πώλησης” έχουν εφοδιαστεί με τα τουριστικά φυλλάδια (brochure) του Tour Operator.

Ως **“σημείο πώλησης”** εννοείται κάθε σημείο εμπορικής επαφής μεταξύ υπαλλήλου-πωλητή του τουριστικού πακέτου και του τουρίστα - καταναλωτή.

Τέτοια “σημεία πώλησης” μπορεί να είναι:

1. το δίκτυο “σημείων αποκλειστικής πώλησης” ιδρυμένων από τον ίδιο τον Tour Operator,
2. το δίκτυο ενός Τουριστικού Γραφείου για την αποκλειστική ή μη πώληση των τουριστικών πακέτων του Tour Operator,
3. το δίκτυο των ανεξάρτητων Τουριστικών Γραφείων, που δρουν ως ενιαίο σύστημα “σημείων πωλήσεως” για τον Tour Operator, σύμφωνα με τις συμβάσεις που έχουν συνάψει με αυτόν,
4. τα δίκτυα **παραρτημάτων** ενός Tour Operator με τις εξής μορφές:
 - α. Τουριστικά Γραφεία-υποκαταστήματα του Tour Operator που φέρουν τον ίδιο επιχειρηματικό τίτλο και πωλούν αποκλειστικά τουριστικά πακέτα του Tour Operator,
 - β. παραρτήματα του Tour Operator που λειτουργούν σε συνεργασία με ανεξάρτητα Τουριστικά Γραφεία, στα πλαίσια μιας σύμβασης αποκλειστικής συνεργασίας και με επιχειρηματικό τίτλο του Tour Operator και του Τουριστικού Γραφείου,

γ. “σημεία πώλησης”, στα πλαίσια αποκλειστικής συνεργασίας, σε δίκτυα super markets, σε δίκτυα πολυκαταστημάτων, σε δίκτυα Τραπεζών, σε δίκτυα Ασφαλιστικών εταιρειών, κ.ά.



ΣΧΗΜΑ 3.7 Σημεία Πώλησης Τουριστικού Πακέτου

Η **διάθεση ενός νέου τουριστικού πακέτου** σ’ ένα “σημείο πώλησης” προϋποθέτει ενέργειες όπως είναι:

- ❖ ο εφοδιασμός των “σημείων πώλησης” με ικανοποιητικό αριθμό τουριστικών φυλλαδίων, χαρτών, δρομολογίων, κ.τ.λ., καθώς και άλλων εντύπων που είναι αναγκαία στους τουρίστες - καταναλωτές για το ταξίδι τους,
- ❖ την ενημέρωση των άμεσων πωλητών για την ποιότητα του τουριστικού πακέτου και την επιχειρηματολογία της πώλησής του,
- ❖ ενημέρωση των άμεσων πωλητών για τα ανταγωνιστικά τουριστικά πακέτα που αφορούν τους ίδιους τουριστικούς προορισμούς,
- ❖ ενημέρωση των άμεσων πωλητών για τις διαδικασίες και το σύστημα κρατήσεων του Tour Operator,
- ❖ αποστολή τουριστικών φυλλαδίων (brochure) και άλλου διαφημιστικού υλικού:
 - ❖ σε άτομα και φορείς (οργανώσεις, σωματεία, επιχειρήσεις, συλλόγους, κ.ά.),
 - ❖ στα μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά),

- ❖ στις τράπεζες τουριστικών πληροφοριών (Data Bank),
- ❖ στα παγκόσμια συστήματα διανομής και πληροφόρησης για τον τουρισμό (Galileo, Amadeus, Apollo),
- ❖ στο Διαδίκτυο (Internet).

5η ΦΑΣΗ: Απολογισμός και Αξιολόγηση, Επανάληψη ή Ακύρωση τουριστικού πακέτου.

Η διαδικασία παραγωγής και διάθεσης ενός τουριστικού πακέτου τελειώνει μετά το τέλος του τουριστικού ταξιδιού, και την επιστροφή των τουριστών στους τόπους προέλευσής τους, με τις εξής ενέργειες του Tour Operator:

- ❖ Γίνεται εκκαθάριση των λογαριασμών και η πληρωμή ή αποπληρωμή του κάθε προμηθευτή προϊόντων και υπηρεσιών που συμμετείχε στη σύνθεση του τουριστικού πακέτου.
- ❖ Εξετάζονται και τακτοποιούνται όλα τα γραπτά παράπονα των τουριστών που κατανάλωσαν το τουριστικό πακέτο.
- ❖ Καθορίζονται τυχόν χρηματικές αποζημιώσεις στους τουρίστες και κλείνουν οι φάκελοι των τουριστών - καταναλωτών.
- ❖ Διαπιστώνεται αν τιμήθηκαν ή όχι οι όροι συνεργασίας μεταξύ Tour Operator και τοπικών προμηθευτών-παραγωγών στον τόπο υποδοχής.
- ❖ Γίνεται ο απολογισμός και το κλείσιμο του φακέλου του κάθε τουριστικού πακέτου ως προς:
 - ❖ το οικονομικό αποτέλεσμα,
 - ❖ το ποιοτικό αποτέλεσμα,
 - ❖ το βαθμό ικανοποίησης των τουριστών.
- ❖ Λαμβάνεται η απόφαση για επανάληψη της παραγωγής του τουριστικού πακέτου είτε ως έχει είτε με διορθώσεις στα οικονομικά, λειτουργικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά του ή η απόφαση για ακύρωσή του.

3.4 ΟΙ ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

3.4.1 Εισαγωγή

Τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) όσο και το Ελληνικό Κράτος έχουν θεσμοθετήσει το πλαίσιο που καθορίζει τις υποχρεώσεις των Τουριστικών Γραφείων και τα δικαιώματα των ταξιδιωτών.

Έτσι, με το Προεδρικό Διάταγμα 339/96 (Φ.Ε.Κ. 225/11-6-1996) η Ελληνική Νομοθεσία έχει εναρμονιστεί και ενσωματώσει τις διατάξεις της Οδηγίας του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων 90/314 (ΕΕΛ 158/59) της 13-6-1990 για “τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις”.

3.4.2 Εφαρμογή

Οι διατάξεις του Π.Δ. που εφαρμόζονται αφορούν τα οργανωμένα ταξίδια και τις οργανωμένες διακοπές και περιηγήσεις, οι οποίες πωλούνται ή προσφέρονται προς πώληση στο έδαφος της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών, πλην της Ελβετίας.

3.4.3 Περιεχόμενα - Ειδικό Όροι

Τα περιεχόμενα και οι ειδικοί όροι που περιλαμβάνει το Π.Δ. αφορούν:

- Ορισμούς για το “Οργανωμένο ταξίδι”, το “Διοργανωτή”, τον “Πωλητή”, τον “Καταναλωτή” και τη “Σύμβαση”, όπως τους έχουμε αναφέρει στην παράγραφο 3.1.2.
- Τις οδηγίες για το τουριστικό φυλλάδιο, το οποίο πρέπει να αναφέρει τον προορισμό και τα μέσα μεταφοράς, τον τύπο και την κατηγορία του τουριστικού καταλύματος, τα γεύματα, το δρομολόγιο, τους όρους που ισχύουν για τα ταξιδιωτικά έγγραφα και τις υγειονομικές διατυπώσεις, την τιμή και τον ελάχιστο αριθμό των ατόμων για την πραγματοποίηση ή μη του τουριστικού ταξιδιού. Η κοινοποίηση όλων των παραπάνω στον πελάτη δεν θα πρέπει να περιλαμβάνει ψευδείς πληροφορίες.
- Τις απαραίτητες πληροφορίες για τους όρους μετακίνησης, τα στοιχεία του τοπικού αντιπροσώπου και προαιρετική σύναψη σύμβασης για ταξιδιωτική ασφάλεια.
- Τη γνωστοποίηση στον πελάτη για αλλαγή κάποιου σημαντικού στοιχείου, όπως της τιμής, η οποία δεν αναθεωρείται εκτός εάν προβλέπεται από τη σύμβαση.
- Την εκχώρηση της κράτησης σε άλλο άτομο σε περίπτωση που ο καταναλωτής δεν μπορεί να συμμετέχει.
- Τη ματαίωση του οργανωμένου ταξιδιού από το Διοργανωτή πριν την αναχώρηση και τα δικαιώματα του καταναλωτή.
- Τις υποχρεώσεις του Διοργανωτή σε περίπτωση αδυναμίας του για παροχή ενός σημαντικού συστατικού στοιχείου του οργανωμένου ταξιδιού, οπότε υποχρεώνεται είτε να κάνει άλλους διακανονισμούς είτε να αποζημιώσει τον καταναλωτή, εάν αυτός το αποδέχεται.
- Τη συμβατική ευθύνη για το οργανωμένο ταξίδι έχει ο Διοργανωτής ή ο πωλητής απέναντι στον καταναλωτή και όχι οι παρέχοντες προϊόντα και υπηρεσίες (όπως ο μεταφορέας, το τουριστικό κατάλυμα κ.τ.λ.), εκτός εάν οι παραλείψεις δεν αφορούν τον ίδιο αλλά οφείλονται σε ανώτερη βία.
- Την υποχρέωση του καταναλωτή για γραπτή αναφορά των παραπόνων του προς τον παρέχοντα υπηρεσίες αλλά και ως προς το Διοργανωτή και πωλητή του οργανωμένου ταξιδιού.

- Την υποχρέωση του Διοργανωτή να συνεργάζεται με φυσικά ή νομικά πρόσωπα, τα οποία έχουν νόμιμη άδεια λειτουργίας.
- Την υποχρέωση παροχής εξηγήσεων από το Διοργανωτή ή τον πωλητή ή τον τοπικό αντιπρόσωπό τους στις εποπτεύουσες αρχές (ΕΟΤ, ΥΕΝ, κ.α..) σε περίπτωση έγγραφης διαμαρτυρίας από τους καταναλωτές.
- Τον επαναπατρισμό του καταναλωτή και την υποχρέωση επιστροφής των χρημάτων του ταξιδιού σε περίπτωση αφερεγγυότητας ή πτώχευση του Διοργανωτή ή του πωλητή. Σε περίπτωση που ο Διοργανωτής ή ο πωλητής του οργανωμένου ταξιδιού είναι Τουριστικό Γραφείο, η κάλυψη κινδύνων αφερεγγυότητας ή πτώχευσης καλύπτονται από την τραπεζική εγγύηση ή από ειδικό κοινό ταμείο.
- Τις διοικητικές κυρώσεις που επιβάλλονται στους παραβάτες των προαναφερθέντων και που προβλέπονται σε ειδικούς νόμους.

3.5 Η ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ

3.5.1 Εισαγωγή

Οι τουρίστες - πελάτες οργανωμένων ταξιδιών έχουν τη δυνατότητα σύναψης ασφαλιστικής σύμβασης που θα καλύπτει τα έξοδα σε περίπτωση ατυχήματος ή ασθένειάς τους.

Ορισμένοι Tour Operators συμπεριλαμβάνουν στην τιμή του τουριστικού πακέτου την πλήρη ή μερική (με δικαίωμα επέκτασης) ασφαλιστική κάλυψη των τουριστών - πελατών τους.

3.5.2 Καλύψεις - Εξαιρέσεις - Ειδικές περιπτώσεις

Τα περισσότερα “ασφαλιστικά πακέτα”, καλύπτουν τους τουρίστες - καταναλωτές ως εξής:

- ◆ **Περίοδος ασφάλισης.**
Είναι η διάρκεια του ταξιδιού από την αναχώρηση από τον τόπο μόνιμης κατοικίας έως την επιστροφή τους σε αυτόν.
Σε περίπτωση καθυστέρησης της επιστροφής του τουρίστα - πελάτη η ασφαλιστική περίοδος παρατείνεται αυτόματα χωρίς επασφάλιστρο μέχρι να ολοκληρωθεί το ταξίδι.
- ◆ **Προσωπικά ατυχήματα.**
 - ❖ Σωματικές βλάβες σε περιπτώσεις ατυχημάτων, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται η ηθική βλάβη και η ψυχική οδύνη.
 - ❖ Απώλεια ζωής από ατύχημα.

- ❖ Μόνιμη, ολική ή μερική ανικανότητα.
- ❖ Ιατροφαρμακευτική ή νοσοκομειακή περίθαλψη και μεταφορά.
- ❖ Δαπάνες επαναπατρισμού και μεταφορά με ή χωρίς συνοδό.

❖ **Υλικές ζημιές.**

- ❖ Απώλεια αποσκευών ή και καταστροφή τους.
- ❖ Απώλεια άλλων αντικειμένων.
- ❖ Δαπάνες καθυστέρησης πτήσεων (διατροφής, μεταφοράς ή και διαμονής).

❖ **Ευθύνες ασφαλισμένου.**

- ❖ Ακύρωση ταξιδιού, για οποιαδήποτε σοβαρή και αποδεδειγμένη αιτία όπως θάνατος ή βαρύς τραυματισμός του ασφαλισμένου ή συγγενή α' βαθμού ή απώλεια του διαβατηρίου ή της ταυτότητας ή απαγόρευση άδειας εισόδου στη χώρα υποδοχής ή για άλλες αιτίες πέρα από την υπαιτιότητα του ασφαλισμένου.
- ❖ Αστική ευθύνη ασφαλισμένου (π.χ. ατύχημα με ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο).

Τα δικαιολογητικά που αποδεικνύουν την απαίτηση αποζημίωσης από την ασφαλιστική εταιρεία είναι:

- ❖ Βασικά δικαιολογητικά:
 - ✦ δελτίο συμμετοχής στο οργανωμένο ταξίδι,
 - ✦ εισιτήρια,
 - ✦ διαβατήριο,
 - ✦ αποκόμματα αποσκευών.
- ❖ Για ατυχήματα:
 - ✦ ιατρική γνωμάτευση,
 - ✦ εισιτήριο ή εξιτήριο νοσοκομείου,
 - ✦ τιμολόγια, αποδείξεις κ.τ.λ.
- ❖ Για άλλες δαπάνες:
 - ✦ λογαριασμοί πιστωτικών καρτών,
 - ✦ τιμολόγια, αποδείξεις, δελτία παροχής υπηρεσιών,
 - ✦ εισιτήρια, κ.ά.



ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Ο τουρισμός στη σύγχρονη μορφή του έχει γίνει προσίτος και στα λαϊκά στρώματα, η δε μετακίνηση των τουριστών γίνεται πλέον μαζικά. Το “νέο” τουριστικό προϊόν το οποίο κάλυψε τη μεγάλη ζήτηση για τουριστικά ταξίδια και επέβαλε νέα δεδομένα στη λειτουργία του Τουριστικού Γραφείου, είναι το τουριστικό πακέτο (package tour) και η αντίστοιχη στο νέο αυτό προϊόν μορφή επιχείρησης είναι ο Tour Operator.

Μέσα από την περιγραφή των κοινωνικών και οικονομικών αιτιών που γεννούν το οργανωμένο ταξίδι, αναδεικνύεται ο λειτουργικός ρόλος του Tour Operator και η θέση του στη σύγχρονη τουριστική οικονομία.

Με την ανάλυση της παραγωγής και διάθεσης των τουριστικών πακέτων καταδεικνύεται η ιδιαιτερότητα του τουριστικού πακέτου ως “βιομηχανικού” προϊόντος και ο τρόπος με τον οποίο ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών - καταναλωτών.

Η θεσμοθέτηση Γενικών Όρων για τα οργανωμένα ταξίδια από την Ευρωπαϊκή Ένωση υποδηλώνει το ενδιαφέρον της διεθνούς κοινότητας για το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο και τις πολύπλοκες κοινωνικοοικονομικές σχέσεις που δημιουργεί διεθνώς.



ΕΝΝΟΙΕΣ-ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Οργανωμένο ταξίδι - παραγωγός και διαχειριστής τουριστικών υπηρεσιών (Tour Operator) - τουριστική οικονομία - κάθετη ενοποίηση - οριζόντια ενοποίηση - τουριστικό πακέτο - εξασφάλιση και προαγορά - συστατικά στοιχεία - ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών - κοστολόγηση - τιμολόγηση - διάθεση - πώληση - απολογισμός και αξιολόγηση - ταξιδιωτική ασφάλιση.



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1. Τι αφορά και τι επιδιώκει ένα οργανωμένο ταξίδι;
2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του οργανωμένου ταξιδιού;
3. Ποια είναι τα μειονεκτήματα του οργανωμένου ταξιδιού;
4. Ποιος είναι ο ορισμός του οργανωμένου ταξιδιού;
5. Ποια είναι η διαφορά μεταξύ του Διοργανωτή και του Πωλητή ενός οργανωμένου ταξιδιού;
6. Ποιες είναι οι κύριες αιτίες επιλογής των τουριστών - πελατών για ένα οργανωμένο ταξίδι;
7. Πού οφείλεται, κατά τη γνώμη σου, το γεγονός ότι η σχέση μεταξύ ατομικού και ομαδικού τουρισμού μεταβάλλεται προς όφελος του δεύτερου;
8. Τι προβλήματα έχει να αντιμετωπίσει μελλοντικά ο οργανωμένος τουρισμός;
9. Πού οφείλεται η αλλαγή στις προτιμήσεις των τουριστών - πελατών στη σύγχρονη εποχή;
10. Ποιες είναι οι βασικές κατηγορίες οργανωμένων ταξιδιών που πωλούν τα Τουριστικά Γραφεία;
11. Από τι αποτελείται η τιμή ενός οργανωμένου ταξιδιού;
12. Πώς διαμορφώνεται η τελική τιμή ενός οργανωμένου ταξιδιού;
13. Πώς ορίζεται ο Tour Operator από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού;
14. Ποια είναι η λειτουργία του Tour Operator;
15. Πότε έχουμε έμμεση και πότε άμεση διάθεση του τουριστικού προϊόντος από τον Tour Operator;
16. Πώς διακρίνονται οι Tour Operators ανάλογα με τη δραστηριότητά τους;
17. Πώς διαμορφώνουν την παραγωγή και διάθεση του προϊόντος τους οι Tour Operators με κριτήριο τη μελλοντική πελατεία τους;
18. Ανάλογα με ποιες επιλογές τους εξειδικεύονται οι Tour Operators;
19. Πού βασίζουν την επιλογή της εξειδικευμένης λειτουργίας τους οι Tour Operators;
20. Για ποιο λόγο οι Tour Operators ενοποποιούν τις δραστηριότητές τους με άλλες τουριστικές επιχειρήσεις και τι μορφές λαμβάνει αυτή η ενοποίηση;
21. Ποια είναι τα βασικά τμήματα εργασιών ενός Tour Operator;

22. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος παραπόνων και ποια η σημασία του;
23. Ποιος είναι ο ρόλος και η επιρροή των Tour Operators στο παγκόσμιο τουριστικό κύκλωμα; (Συζήτηση μέσα στην τάξη).
24. Ποιος είναι ο ρόλος και η επιρροή των Tour Operators στον ελληνικό τουρισμό; (Συζήτηση μέσα στην τάξη).
25. Ποια είναι τα γενικά στάδια στη διαδικασία πώλησης, όπως τη χειρίζονται τα Τουριστικά Γραφεία;
26. Ποια προβλήματα έχετε κατά τη μεταπολεμική περίοδο ο νέος τύπος του τουρίστα - πελάτη, τα οποία ζητούσαν λύση από το Τουριστικό Γραφείο;
27. Ποια ήταν η λύση στην επιζητούμενη αύξηση παραγωγής του τουριστικού ταξιδιού;
28. Τι είναι το τουριστικό πακέτο;
29. Ποια χαρακτηριστικά έπρεπε να έχει μεταπολεμικά η παραγωγή του τουριστικού προϊόντος;
30. Ποιες είναι οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού πακέτου;
31. Ποια βασικά χαρακτηριστικά εμφανίζει η τυποποίηση στην παραγωγή τουριστικών πακέτων;
32. Ποια είναι η διαφορά των τουριστικών πακέτων από τα άλλα βιομηχανικά προϊόντα στην παραγωγή και τη διάθεσή τους;
33. Πώς διακρίνεται ένα τουριστικό πακέτο ανάλογα με τα στοιχεία του;
34. Πώς διακρίνεται ένα τουριστικό πακέτο ανάλογα με τον τρόπο διαμόρφωσής του;
35. Ποιες είναι οι πέντε φάσεις παραγωγής και διάθεσης ενός τουριστικού πακέτου;
36. Σε τι συνίσταται η εξασφάλιση όλων των συστατικών στοιχείων κατά την τρίτη φάση παραγωγής και διάθεσης ενός τουριστικού πακέτου;
37. Ποια στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ποιότητα ενός τουριστικού πακέτου λαμβάνει υπόψη του ένας Tour Operator;
38. Με βάση ποια δεδομένα διαπραγματεύονται και συμφωνούν οι Tour Operators με τους παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών;
39. Τι εξετάζουν, κατά τη φάση των διαπραγματεύσεων, οι Tour Operators ή οι αντιπρόσωποί τους για την εξασφάλιση της ποσότητας και της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών;
40. Πώς κοστολογείται και τιμολογείται ένα τουριστικό πακέτο;
41. Γιατί ο υπολογισμός της σωστής τιμής πώλησης ενός τουριστικού πακέτου είναι σημαντική λειτουργία; Ποιος είναι ο ρόλος της ταμειακής ρευστότητας (cash flow) σχετικά με αυτήν;

42. Ποιος είναι ο ρόλος του τουριστικού φυλλαδίου (brochure) στη διάθεση και πώληση των τουριστικών πακέτων;
43. Τι επιτυγχάνει η μορφή ενός τουριστικού φυλλαδίου (brochure);
44. Τι επιμέρους ενέργειες περιλαμβάνει η πώληση ενός τουριστικού πακέτου;
45. Ποια μπορεί να είναι τα σημεία πώλησης ενός τουριστικού πακέτου;
46. Ποιες ενέργειες προϋποθέτει η διάθεση ενός νέου τουριστικού πακέτου;
47. Τι ενέργειες περιλαμβάνει η φάση του Απολογισμού και της Αξιολόγησης ενός τουριστικού πακέτου με σκοπό την επανάληψή του;
48. Πώς αξιολογείς αυτή την τελευταία φάση στην παραγωγή και διάθεση ενός τουριστικού πακέτου;
49. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, σύνταξε ένα τελικό περιγραφικό οδοιπορικό ενός τουριστικού πακέτου (λαμβάνοντας υπόψη σου όλα τα στοιχεία της παραγωγής).
50. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, δημιούργησε το τουριστικό φυλλάδιο (brochure) του τουριστικού πακέτου που προτείνεις.
51. Μάζεψε τουριστικά φυλλάδια από διάφορα Τουριστικά Γραφεία και σύγκρινέ τα με φυλλάδια άλλων συμμαθητών σου (μέσα στην τάξη).
52. Με τη βοήθεια του καθηγητή σου, τιμολόγησε το τουριστικό πακέτο σου, αφού πρώτα το κοστολογήσεις.
53. Να συζητήσετε μέσα στην τάξη το θέμα της ποιότητας των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.
54. Ανάπτυξε το θέμα “Ο ρόλος και η σημασία της ποιότητας των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών για τη διάθεσή τους στον τουρίστα - πελάτη”. Να το διαβάσεις στην τάξη σου και να το συζητήσεις.
55. Σε τι αναφέρονται (περιληπτικά) οι γενικοί όροι οργανωμένου ταξιδιού;
56. Σε τι αναφέρεται η ταξιδιωτική ασφάλιση; Γιατί είναι αναγκαία η ταξιδιωτική ασφάλιση, κατά τη γνώμη σου;
57. Συγκέντρωσε και παρουσίασε στην τάξη σου ένα ταξιδιωτικό ασφάλιστρο. Συζήτησε στην τάξη σου για την αναγκαιότητα ασφάλισης των ταξιδιών.
58. Δημιούργησε έναν πίνακα μέσα στην τάξη σου με θέμα τα συστατικά στοιχεία ενός τουριστικού πακέτου (μεταφορά, transfer, διαμονή κ.τ.λ.).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

4ο

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

ΣΤΟΧΟΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Μετά τη μελέτη του κεφαλαίου αυτού πρέπει να είστε σε θέση να:

- ⊙ διακρίνετε τις λειτουργίες των Τουριστικών Γραφείων Εισερχόμενου και Εξερχόμενου Τουρισμού
- ⊙ κατατάσσετε τις λειτουργίες αυτές σε τμήματα
- ⊙ περιγράφετε τα καθήκοντα και τις προδιαγραφές των θέσεων εργασίας
- ⊙ περιγράφετε τις εφαρμογές της πληροφορικής στα Τουριστικά Γραφεία
- ⊙ ερμηνεύετε την αναγκαιότητα νομικής υποστήριξης των Τουριστικών Γραφείων.



4.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1.1 Η Οργάνωση Λειτουργιών σε Τμήματα

Η λειτουργία ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού (Incoming) - Ανταποκριτή ενός Tour Operator, βασίζεται στη γνώση της τουριστικής αγοράς του τόπου προορισμού τουριστών - πελατών, στον οποίο είναι εγκατεστημένα.

Προκειμένου, λοιπόν, το Τουριστικό Γραφείο Εισερχόμενου Τουρισμού να ανταποκριθεί στις βασικές δραστηριότητές του, διαχωρίζει τις εργασίες του σε:

- **εσωτερικές**, που εκτελούνται μέσα στο γραφείο,
- **εξωτερικές**, που εκτελούνται εκτός γραφείου και περιλαμβάνουν προσφερόμενες υπηρεσίες στο αεροδρόμιο, στα λιμάνια, στα ξενοδοχεία, στα εστιατόρια, στις τράπεζες και αλλού.

Το Οργανόγραμμα ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού περιλαμβάνει τα εξής τμήματα:

- ◆ Διεύθυνση.
- ◆ Τμήμα Κρατήσεων.
- ◆ Τμήμα Κίνησης (Operation).
- ◆ Λογιστήριο.
- ◆ Λοιπά τμήματα: Υποδοχής (Reception), Πωλήσεων (Ticketing), Αντιπροσώπων του Tour Operator (Representatives ή Reps), Κρουαζιέρων, Εκδρομών, κ.τ.λ.

Αναλυτικά έχουν ως εξής:

- ◆ **Διεύθυνση.** Αποτελεί το κέντρο λήψης αποφάσεων της επιχείρησης και είναι η βάση για τη σωστή λειτουργία ενός Τουριστικού Γραφείου.

Ειδικότερα, οι λειτουργίες της διεύθυνσης είναι:

- ❖ ο συντονισμός και ο έλεγχος των ενεργειών όλων των τμημάτων, εξασφαλίζοντας τη συνοχή και την εύρυθμη λειτουργία του πρακτορείου, με την πραγματοποίηση τακτικών συναντήσεων (meetings) για τυχόν προβλήματα και βελτιωτικές προτάσεις,
- ❖ η προετοιμασία της τουριστικής περιόδου,
- ❖ η υπογραφή συμβολαίων συνεργασίας με προμηθευτές υπηρεσιών,
- ❖ ο καθορισμός της τιμολογιακής και διαχειριστικής πολιτικής (εισπράξεις και πληρωμές),
- ❖ ο έλεγχος της καθημερινής διεκπεραίωσης των εργασιών,
- ❖ η επιλογή του κατάλληλου προσωπικού και η εκπαίδευσή του,

- ❖ η ανάλυση και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων,
- ❖ η προβολή, οι δημόσιες σχέσεις, η διαφήμιση και η συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια,
- ❖ η σύνταξη εμπιστευτικού τιμολογίου (confidential tariff). Σε αυτό καθορίζεται η τιμολογιακή πολιτική του πρακτορείου προς τους συνεργάτες του, εκτός των Tour Operators.

Ως μεσολαβητής μεταξύ των τουριστών - πελατών αφενός και των προμηθευτών/συνεργατών και αντιπροσώπων αφετέρου, ο ρόλος της Διεύθυνσης συνίσταται στην επίτευξη της αρμονικής συνεργασίας μεταξύ όλων. Η Διεύθυνση υποστηρίζεται από τη **Γραμματεία της Διεύθυνσης**.

- ❖ **Τμήμα Κρατήσεων.** Στο τμήμα κρατήσεων συγκεντρώνονται όλα τα στοιχεία που αφορούν κρατήσεις δωματίων σε καταλύματα, μεταφορές, ειδικές απαιτήσεις και ο,τιδήποτε άλλο θα μπορούσε να ζητήσει ο πελάτης. Στη συνέχεια, διοχετεύονται από το τμήμα όλες αυτές οι πληροφορίες προς τα υπόλοιπα τμήματα του πρακτορείου.

Το τμήμα κρατήσεων είναι, λοιπόν, υπεύθυνο για:

- ❖ τη λήψη και τη συγκέντρωση των στοιχείων κρατήσεων,
- ❖ την επεξεργασία και τον έλεγχό τους,
- ❖ την κράτηση δωματίου κάθε τύπου.

Επιπρόσθετα, το τμήμα κρατήσεων εκτελεί και άλλες ειδικές εργασίες οι οποίες περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- ❖ Αρχαιοθήκη εντύπων. Συνήθως υπάρχει ένας φάκελος με ταξινομημένα έγγραφα ανά ημερομηνία άφιξης, με εσωτερικά χωρίσματα ανά ξενοδοχείο ή ανά πρόγραμμα κρατήσεων, το οποίο δίνει ημερήσιες καταστάσεις αφίξεων και αναχωρήσεων.
- ❖ Αλληλογραφία πρακτορείου σε συνεργασία με τη διεύθυνση.
- ❖ Τμήμα φακέλου μεμονωμένων πελατών ή ομάδων.
- ❖ Διατήρηση βάσης δεδομένων και επαφή με ξενοδοχεία. Συχνή επαφή με τα ξενοδοχεία που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα του Tour Operator και επισκέψεις σε αυτά, ώστε το Τουριστικό Γραφείο να έχει άμεση αντίληψη της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ❖ Έλεγχος τιμολογίων που στέλνονται από τα ξενοδοχεία για σωστές χρεώσεις και μεσολάβηση για οποιοδήποτε άλλο πρόβλημα που παρουσιάζεται κατά τη διάρκεια της συνεργασίας όπως overbooking, καθυστερήσεις πληρωμών κ.τ.λ.
- ❖ Έκδοση τιμολογίων και χρεώσεις προς τους Tour Operators και προς άλλα Τουριστικά Γραφεία για τις υπηρεσίες που έχουν παρασχεθεί στους πελάτες τους.
- ❖ Επεξεργασία στατιστικών δεδομένων.
- ❖ Τέλος, το τμήμα κρατήσεων ενημερώνεται αναφορικά με τις διάφορες τροποποιήσεις των συμβολαίων-συμφωνιών ή την παύση των πωλήσεων (stop sales).
- ❖ **Τμήμα Κίνησης (Operation).** Το τμήμα αυτό διαθέτει ένα ευρύ φάσμα εργασιών και δραστηριοτήτων. Ασχολείται με εκδρομές, μεταφορές, ξενα-

γούς, λεωφορεία, ταξί και αεροδρόμιο. Ο ρόλος του είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τη σωστή λειτουργία του πρακτορείου και η συνεργασία με τη διεύθυνση και το τμήμα κρατήσεων πρέπει να είναι συνεχής. Οι εργασίες του τμήματος διακρίνονται χρονικά σε:

- ❖ Εργασίες που εκτελούνται κατά την προετοιμασία της τουριστικής περιόδου:
 - ✦ Προγραμματίζει και διοργανώνει τις οργανωμένες εκδρομές και περιηγήσεις.
 - ✦ Εξασφαλίζει τη συνεργασία των προμηθευτών υπηρεσιών (λεωφορεία, ξεναγοί, εστιατόρια, κ.τ.λ.) για την εκτέλεση των εκδρομών.
 - ✦ Εξασφαλίζει τη συνεργασία με οδηγούς ταξί για την εκτέλεση των μετακινήσεων (transfers).
 - ✦ Συνάπτει συμφωνίες συνεργασίας με ξεναγούς και συνοδούς.
 - ✦ Κλείνει συμφωνίες ναύλωσης τουριστικών λεωφορείων, εφόσον δεν διαθέτει ιδιότητα ή τα ιδιότητα δεν επαρκούν για την κάλυψη του συνόλου του προβλεπόμενου μεταφορικού έργου.
 - ✦ Εξασφαλίζει συνεργασία με πρατήρια καυσίμων και συνεργεία, όπου γίνονται οι συντηρήσεις και οι επισκευές των ιδιοκτητών λεωφορείων.
 - ✦ Κοστολογεί, σε συνεργασία με το λογιστήριο, και τιμολογεί, σε συνεργασία με τη διεύθυνση, τις οργανωμένες εκδρομές και τις μετακινήσεις (transfers) και
- ❖ Εργασίες που εκτελούνται κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου:
 - ✦ Καθορίζει τα προγράμματα υπηρεσίας κάθε οδηγού λεωφορείου για την επόμενη ημέρα.
 - ✦ Ετοιμάζει τα προγράμματα υπηρεσίας για τα transfers που θα εκτελεστούν από ταξί.
 - ✦ Έχει συνεχή επικοινωνία και αλληλοενημερώνεται με το λογιστήριο σχετικά με τον έλεγχο των παραστατικών, τις χρεώσεις και τις πληρωμές.
 - ✦ Αναλαμβάνει την υποδοχή και την παραλαβή των πελατών κατά την άφιξη, άλλα και τη μεταφορά στο αεροδρόμιο για την αναχώρησή τους.
 - ✦ Οργανώνει τα transfers αφίξεων και αναχωρήσεων.
 - ✦ Οργανώνει την κίνηση των λεωφορείων για transfers και εκδρομές.
 - ✦ Προωθεί την πώληση προγραμμάτων εκδρομών.
 - ✦ Παρακολουθεί κάθε εργασία που σχετίζεται άμεσα με τα μέσα διακίνησης των πελατών.
 - ✦ Ενημερώνει τους ξεναγούς και τους συνοδούς για τις ώρες και τις ημέρες πραγματοποίησης των εκδρομών.

❖ **Τμήμα Αντιπροσώπων του Tour Operator (Representatives ή Reps).**

Δεν είναι υπάλληλοι του ταξιδιωτικού πρακτορείου αλλά του Tour Operator. Οι Tour Operators κρίνουν σκόπιμο να τοποθετούν δικούς τους υπαλλήλους, με αποκλειστικό καθήκον να ασχολούνται με την υποδοχή, την ενημέρωση και την επίλυση των όποιων προβλημάτων, και γενικά με οτιδήποτε έχει σχέση με τους τουρίστες - πελάτες.

Ο αριθμός των reps εξαρτάται από τον αριθμό των διακινούμενων τουριστών - πελατών και από την ποιότητα των υπηρεσιών που θέλει να προσφέρει ο Tour Operator. Η τήρηση των οδηγιών του Tour Operator και το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών είναι ευθύνη του ταξιδιωτικού πρακτορείου. Ένα άτομο από τους reps ορίζεται από τον Tour Operator ως επικεφαλής (chief rep) και αναλαμβάνει την οργάνωση και το συντονισμό των εργασιών τους. Ειδικότερα, οι εργασίες και τα καθήκοντά τους περιλαμβάνουν:

- ❖ πραγματοποίηση συναντήσεων πληροφόρησης και πωλήσεων με τους πελάτες τους στα ξενοδοχεία διαμονής τους,
- ❖ ενημέρωση και πλήρη συνεργασία με όλα τα τμήματα,
- ❖ πώληση εκδρομών και άλλων υπηρεσιών (π.χ. ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο) στους πελάτες,
- ❖ προετοιμασία των φακέλων που δίνονται στους πελάτες κατά την άφιξή τους,
- ❖ σύνταξη της εβδομαδιαίας αναφοράς τους (weekly report) προς τον Tour Operator,
- ❖ συνοδεία στα transfers άφιξης και αναχώρησης των τουριστών,
- ❖ είσπραξη και παράδοση των χρημάτων από πωλήσεις εκδρομών και άλλων υπηρεσιών.

❖ **Λογιστήριο.** Η βασική λειτουργία του τμήματος είναι η τήρηση των λογιστικών στοιχείων. Επιπρόσθετα έχει την ευθύνη του ταμειακού προγραμματισμού και του ταμείου.

Ειδικότερα, οι εργασίες που εκτελούνται από το τμήμα περιλαμβάνουν:

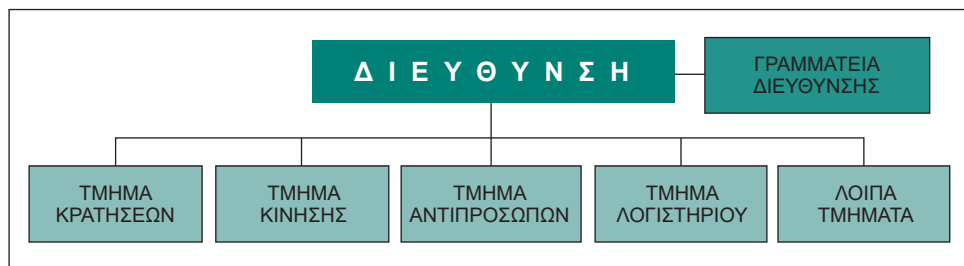
- ❖ παρακολούθηση των εσόδων και των εξόδων της επιχείρησης,
- ❖ τήρηση των λογιστικών βιβλίων και κατάρτιση του ισολογισμού και λοιπών οικονομικών καταστάσεων,
- ❖ εγγραφή όλων των εισερχόμενων και εξερχόμενων τιμολογίων, μετά από έλεγχο,
- ❖ τακτοποίηση (είσπραξη και πληρωμή) όλων των λογαριασμών των πελατών και προμηθευτών,
- ❖ μισθοδοσία, ασφαλιστικές και λοιπές υποχρεώσεις.

Για την καλή εκτέλεση των παραπάνω εργασιών, απαιτείται συνεχής επαφή και συνεργασία του λογιστηρίου με όλα τα τμήματα.

❖ **Λοιπά τμήματα.** Ανάλογα με το μέγεθος του πρακτορείου και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, μπορούμε να συναντήσουμε και άλλα τμήματα, όπως:

- ❖ Τμήμα υποδοχής (reception).
- ❖ Τμήμα πωλήσεων.
- ❖ Ticketing (έκδοση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων).
- ❖ Ανταλλακτήριο συναλλάγματος.
- ❖ Τμήμα κρουαζιέρων.

Οι λειτουργίες αυτές μπορούν να υπάγονται στο τμήμα κίνησης ή να δημιουργείται γι' αυτές ένα ξεχωριστό τμήμα, ανάλογα με τον όγκο εργασιών.



ΣΧΗΜΑ 4.1 Οργανόγραμμα Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού (Incoming)

Από τις παραπάνω λειτουργίες των διάφορων τμημάτων που έχουν αναφερθεί, προκύπτουν οι περιγραφές θέσεων εργασίας για τα άτομα που θα τα στελεχώσουν.

4.1.2 Περιγραφές Καθηκόντων Θέσεων Εργασίας (Job Description) και Προδιαγραφές Θέσεων Εργασίας (Job Specification).

❖ **Διεύθυνση.** Συνήθως ο κάτοχος της θέσης είναι ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης ή ένα άτομο με σημαντική επαγγελματική εμπειρία στη λειτουργία Τουριστικού Γραφείου.

- ❖ Καθήκοντα - εργασίες:
 - ✦ Πολιτική της επιχείρησης - λήψη βασικών αποφάσεων.
 - ✦ Μάρκετινγκ - προσέλκυση πελατείας.
 - ✦ Σύναψη συμφωνιών συνεργασίας με προμηθευτές υπηρεσιών.
 - ✦ Οικονομικά - διαχείριση - προϋπολογισμός.
 - ✦ Άσκηση γενικής εποπτείας και ελέγχου.
- ❖ Προσόντα - δεξιότητες:
 - ✦ Πλήρης επαγγελματική κατάρτιση.
 - ✦ Πολύχρονη εμπειρία στο αντικείμενο.
 - ✦ Οργανωτικές ικανότητες και τεχνοκρατική αντίληψη.
 - ✦ Κοινωνικότητα, ενεργητικότητα και ικανότητα στη λήψη αποφάσεων.
 - ✦ Άριστη γνώση ξένων γλωσσών.

❖ Γραμματεία Διεύθυνσης.

- ❖ Καθήκοντα - εργασίες:
 - ✦ Αλληλογραφία της διεύθυνσης.
 - ✦ Συναντήσεις και επαφές.
 - ✦ Οργάνωση συναντήσεων.
 - ✦ Δημιουργία της πληροφόρησης (στοιχεία κ.τ.λ.) που είναι απαραίτητη για τη λήψη σωστών αποφάσεων.
 - ✦ Συναλλαγές με υπηρεσίες, οργανισμούς και συνεργάτες.
- ❖ Προσόντα - δεξιότητες:
 - ✦ Οργανωτικές ικανότητες.
 - ✦ Πολύ καλή γνώση ξένων γλωσσών.
 - ✦ Εξοικείωση με μηχανοργανωμένο περιβάλλον εργασίας (λογισμικά, WORD, EXCEL και ACCESS).

❖ Κρατήσεις (Reservations).

- ❖ Καθήκοντα - εργασίες:

Το τμήμα κρατήσεων έχει την ευθύνη όλων των γενικών και ειδικών εργασιών που σχετίζονται με τις κρατήσεις σε τουριστικά καταλύματα, όσον αφορά τους πελάτες των Tour Operators ή άλλους τουρίστες - πελάτες.
- ❖ Προσόντα - δεξιότητες:
 - ✦ Πολύ καλή εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση.
 - ✦ Εμπειρία και γνώση του αντικειμένου και της αγοράς.
 - ✦ Γνώση των λειτουργικών διαδικασιών και της οργάνωσης των τουριστικών καταλυμάτων.
 - ✦ Οργανωτικές ικανότητες και μεθοδικότητα.
 - ✦ Πολύ καλή γνώση ξένων γλωσσών.
 - ✦ Ικανότητα στις δημόσιες σχέσεις.
 - ✦ Εξοικείωση με τις τεχνολογίες της πληροφορικής.

❖ Τμήμα Κίνησης (Operation).

- ❖ Καθήκοντα - εργασίες:
 - ✦ Άσκηση γενικής εποπτείας στην κίνηση τουριστών - πελατών (charters, handling, transfers, λεωφορεία, ξεναγοί/συνοδοί).
 - ✦ Έλεγχος και τήρηση φακέλων.
 - ✦ Χειρισμός όλων των ομάδων (groups).
 - ✦ Ευθύνη σωστής διοργάνωσης και εκτέλεσης εκδρομών.
 - ✦ Ανεύρεση και επιλογή προμηθευτών υπηρεσιών εκδρομής (λεωφορείο, ξεναγοί).
 - ✦ Εποπτεία οδηγών τουριστικών λεωφορείων.
 - ✦ Αποτίμηση αποτελεσμάτων των διάφορων υπηρεσιών.
 - ✦ Διεκπεραίωση του handling, του transfer, της υποδοχής.
- ❖ Προσόντα - δεξιότητες:
 - ✦ Οργανωτικές ικανότητες και μεθοδικότητα.

- ♦ Πολύ καλή εμφάνιση.
- ♦ Καλή συμπεριφορά και ευγένεια.
- ♦ Άνεση στην επαφή και ικανότητα στις δημόσιες σχέσεις.
- ♦ Πολύ καλή γνώση δύο τουλάχιστον ξένων γλωσσών.

❖ Λογιστήριο.

❖ Καθήκοντα - εργασίες:

- ♦ Άσκηση γενικής εποπτείας στο λογιστήριο.
- ♦ Ενημέρωση και πληροφόρηση της διεύθυνσης για λογιστικά, εργατικά και φοροτεχνικά θέματα.
- ♦ Ταμειακός προγραμματισμός, διαχείριση και έλεγχος ρευστότητας.
- ♦ Διευθέτηση εισπράξεων και πληρωμών.
- ♦ Τήρηση λογιστικών στοιχείων.
- ♦ Παρακολούθηση λογαριασμών.
- ♦ Διεκπεραίωση στατιστικών στοιχείων και αναφορών προς τη διοίκηση.

❖ Προσόντα - δεξιότητες:

- ♦ Πολύ καλή γνώση του αντικειμένου.
- ♦ Πτυχίο ανώτατης σχολής, με δικαίωμα υπογραφής ισολογισμού.
- ♦ Πενταετής εμπειρία.
- ♦ Τάξη και συστηματικότητα στην εργασία.
- ♦ Άνεση στη συνεργασία, ευγένεια, συνέπεια στις συναλλαγές ειδικά με τράπεζες και δημόσιες υπηρεσίες.



ΕΙΚΟΝΑ 4.1: Υπάλληλος Τουριστικού Γραφείου

4.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.2.1 Η Οργάνωση Λειτουργιών σε Τμήματα. Περιγραφές Καθηκόντων και Προδιαγραφές Θέσεων Εργασίας

Η βασική λειτουργία ενός Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού (Outgoing), όπως είναι και ο Tour Operator είναι να οργανώνει και να εκτελεί προγράμματα διακοπών (πακέτα) για ομάδες τουριστών.

Η οργάνωσή τους, λοιπόν, ανταποκρίνεται σε αυτό το γενικό πλαίσιο λειτουργίας τους, σε συνδυασμό με το μέγεθος του κύκλου εργασιών.

Το Οργανόγραμμα ενός Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού, καθώς και τα βασικά καθήκοντα, οι εργασίες κατά τμήμα και οι περιγραφές καθηκόντων ανά θέση εργασίας έχουν ως εξής:

- ❖ **Διεύθυνση.** Η Διεύθυνση έχει ως έργο της τον προγραμματισμό της δράσης της επιχείρησης, την εποπτεία των χρηματοοικονομικών θεμάτων και των θεμάτων του ανθρώπινου δυναμικού. Ο Διευθυντής είναι υπεύθυνος για τις σχέσεις με τις δημόσιες υπηρεσίες, τα επιμελητήρια και τις διάφορες επαγγελματικές οργανώσεις, για το συντονισμό και έλεγχο της δράσης και της αποτελεσματικότητας των τμημάτων και του προσωπικού. Στην εκτέλεση του έργου του υποβοηθείται και υποστηρίζεται, ανάλογα με τον κύκλο εργασιών, από το **Βοηθό Γενικό Διευθυντή** και τη **Γραμματεία Διεύθυνσης**.
- ❖ **Τμήμα Οργανωμένων Ταξιδιών.** Το Τμήμα των Οργανωμένων Ταξιδιών έχει την ευθύνη για το συντονισμό και την εποπτεία των συνεργατών του, οι οποίοι πωλούν τουριστικά πακέτα. Βασική εργασία του τμήματος είναι η παραγωγή των διάφορων προϊόντων-πακέτων. Ο Προϊστάμενος και οι υφιστάμενοί του πωλούν τα προϊόντα αυτά στους τουρίστες - πελάτες.
 - ❖ Οι ειδικότερες εργασίες του τμήματος περιλαμβάνουν:
 - ✦ τη δημιουργία αρχείου τουριστών - πελατών,
 - ✦ την προμήθεια και τη διάθεση τουριστικών φυλλαδίων για τα τουριστικά πακέτα,
 - ✦ τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης βάσης δεδομένων για τους συνεργάτες-προμηθευτές προϊόντων και υπηρεσιών,
 - ✦ τον ορισμό των υπεύθυνων συνοδών και των συνεργατών-ανταποκριτών για τις μετακινήσεις των τουριστών - πελατών στους διάφορους προορισμούς.
 - ❖ Τα καθήκοντα του προσωπικού του τμήματος είναι η:
 - ✦ αξιόπιστη ενημέρωση για το ποιοτικό επίπεδο της εξυπηρέτησης των πελατών, όπως για τα προϊόντα, τις τιμές, τις εκπτώσεις κ.τ.λ.,

- ✦ ευθύνη για την αντιμετώπιση των προβλημάτων κατά την εκτέλεση του τουριστικού πακέτου,
- ✦ φροντίδα για την τήρηση της συμφωνηθείσας ποιότητας του τουριστικού πακέτου,
- ✦ ευθύνη για το διακανονισμό πληρωμής με τους πελάτες.

❖ **Τμήμα Επιχειρηματικών Ταξιδιών.** Το Τμήμα Επιχειρηματικών Ταξιδιών έχει την ευθύνη για όλα τα θέματα που αφορούν στα επιχειρηματικά ταξίδια, είτε είναι ατομικά είτε είναι ομαδικά και αναλαμβάνει τις εξής εργασίες:

- ❖ Οργάνωση των ταξιδιών.
- ❖ Πραγματοποίηση των κρατήσεων.
- ❖ Ενημέρωση του αρχείου πελατών.
- ❖ Έκδοση των τιμολογίων.
- ❖ Οικονομικό διακανονισμό των ταξιδιών.

Εάν υπάρχει ένας σχετικά μεγάλος όγκος εργασιών για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων, δημιουργείται ένα ξεχωριστό τμήμα, το οποίο έχει την ευθύνη για την:

- ❖ ανάλυση της διοργάνωσης συνεδρίων και των ταξιδιών-κινήτρων,
- ❖ προετοιμασία προσφορών προς τους υποψήφιους τουρίστες - πελάτες,
- ❖ επαφή με τους τουρίστες - πελάτες για το διακανονισμό των όρων και την υπογραφή του σχετικού συμβολαίου,
- ❖ εκτέλεση και υλοποίηση των προγραμμάτων-συμφωνιών,
- ❖ δημιουργία αρχείου τουριστών - πελατών και προμηθευτών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Τα άτομα τα οποία απασχολούνται σε αυτό το τμήμα πρέπει να έχουν αυξημένες ικανότητες επικοινωνίας και διαπραγματεύσεως, καθώς και πολύ καλή γνώση της σχετικής αγοράς.

❖ **Τμήμα Ατομικών Ταξιδιών.** Το Τμήμα των Ατομικών Ταξιδιών έχει την ευθύνη για τη διαμόρφωση ενός ατομικού προγράμματος ταξιδιού. Ο προϊστάμενος και οι υπάλληλοι του τμήματος απαιτείται να έχουν:

- ❖ Πολύ καλή γνώση των δρομολογίων και ναύλων.
- ❖ Πλήρη και έγκυρη ενημέρωση για τα καταλύματα σε διάφορους προορισμούς.
- ❖ Άμεση αντίληψη και πληροφόρηση για τις κυριότερες χώρες ενδιαφέροντος της πελατείας.

❖ **Τμήμα Μάρκετινγκ.** Το Τμήμα του Μάρκετινγκ και ο Προϊστάμενός του έχει την ευθύνη για την εκπόνηση του σχεδίου μάρκετινγκ (marketing plan), στο οποίο προσδιορίζονται:

- ❖ Η στρατηγική μάρκετινγκ.
- ❖ Το μείγμα προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών (promotional mix).
- ❖ Τα μέσα και οι τεχνικές (ειδικές καταχωρήσεις στον Τύπο, ειδικές εκδηλώσεις, αφιερώματα στον Τύπο κ.τ.λ.).

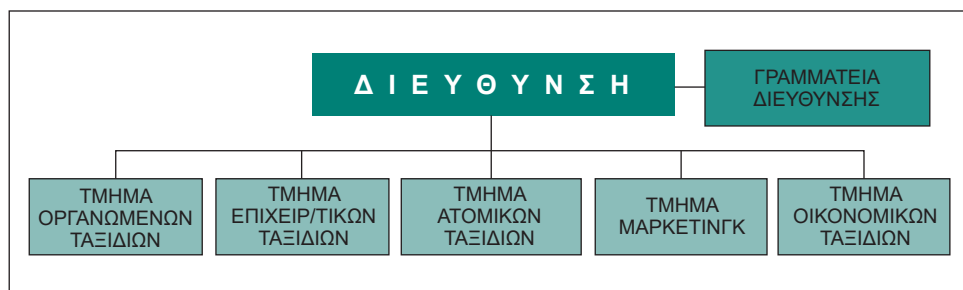
- ❖ Ο προϋπολογισμός.
- ❖ Η εκστρατεία και το χρονοδιάγραμμα.

Ο Προϊστάμενος και τα άτομα που ασχολούνται στο Τμήμα του Μάρκετινγκ πρέπει να έχουν πολύ καλή γνώση της αγοράς και των τεχνικών του μάρκετινγκ.

❖ **Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών.** Το Τμήμα Οικονομικών Υπηρεσιών και ο Προϊστάμενός του έχει την ευθύνη για:

- ❖ την κατάρτιση του προϋπολογισμού και την παρακολούθηση της εκτέλεσής του,
- ❖ την εκπόνηση του ταμειακού προγραμματισμού,
- ❖ την παρακολούθηση και τον έλεγχο των διάφορων οικονομικών στοιχείων.

Το Τμήμα υποβοηθείται στο έργο του από το λογιστήριο και το ταμείο. Ο Προϊστάμενος των Οικονομικών Υπηρεσιών και τα άτομα που ασχολούνται στο Τμήμα αυτό πρέπει να έχουν πολύ καλή γνώση ανάλυσης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων του Τουριστικού Γραφείου, αναλυτικής λογιστικής και ανάλυσης και διαχείρισης επενδύσεων.



ΣΧΗΜΑ 4.1 Οργανόγραμμα Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού (Outgoing)

4.3 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

4.3.1 Εισαγωγή

Σήμερα, δεν υπάρχει πια καμία πλευρά της κοινωνικής και οικονομικής ζωής στην οποία η πληροφορική και οι εφαρμογές της να μην έχουν καταλάβει σημαντική θέση.

Έτσι και στον Τουρισμό, οι μέθοδοι διαχείρισης, οι διαδικασίες παραγωγής της τουριστικής κατανάλωσης και οι τεχνικές και υλικές δομές του τουρισμού, τόσο στις χώρες αποστολής όσο και στις χώρες υποδοχής τουριστών, στηρίζονται όλο και περισσότερο στη λειτουργία των υπολογιστών και των άλλων ηλεκτρονικών τεχνολογιών.

Ουσιαστικά, πρόκειται για τη μεταφορά των διαδικασιών από το χειρόγραφο ή μηχανικό τρόπο επεξεργασίας στην ηλεκτρονική επεξεργασία, με την οποία η διαχείριση της “πληροφορίας” γίνεται σε πολύ λίγο χρόνο και με ελάχιστα περιθώρια ανθρώπινου λάθους.

4.3.2 Οι Εφαρμογές της Πληροφορικής στον Τουρισμό

Οι πρώτες “εφαρμογές”, τη δεκαετία του 1970, αφορούσαν τον απλό επιχειρηματία-χρήστη σε επιμέρους χώρους και λειτουργίες της παραγωγής συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών του τουριστικού ταξιδιού.

Οι εφαρμογές αυτές ήταν:

- οι **κρατήσεις**, που αφορούσαν τις επιχειρήσεις μεταφορών, καταλυμάτων, διακίνησης (transfers) και θεαμάτων,
- οι **τουριστικές πληροφορίες** των Γραφείων Τουρισμού (Εθνικών, Περιφερειακών, Τοπικών) προς τους τουρίστες,
- οι **υπηρεσίες αγοράς** (βάσεις δεδομένων με πληροφορίες αγοραστών-καταναλωτών και πωλητών-προμηθευτών τουριστικών προϊόντων),
- η **έκδοση εισιτηρίων** με συνδυασμό τιμολόγησης και κράτησης θέσης σε συγκεκριμένο δρομολόγιο αεροπλάνου, σιδηροδρόμου, πλοίου,
- η **λογιστική και στατιστική** επεξεργασία δεδομένων και πληροφοριών από τις τουριστικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς τουρισμού,
- οι **τεχνικοοικονομικές μελέτες** για τον τουρισμό (τουριστική ζήτηση και προσφορά, ανάπτυξη περιοχών ή προϊόντων, κ.τ.λ.),
- οι **δημοσιεύσεις** τουριστικού περιεχομένου.

Οι παραπάνω εφαρμογές της πληροφορικής καθιερώθηκαν γιατί:

- ✓ μειώθηκε το κόστος της αυξανόμενης τουριστικής παραγωγής,
- ✓ αυξήθηκε η αποτελεσματικότητα, η αποδοτικότητα και η ποιότητα της τουριστικής προσφοράς,
- ✓ αυξήθηκε η δυνατότητα ερευνών για την τουριστική αγορά και η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων.

4.3.3 Οι Εφαρμογές της Πληροφορικής στα Τουριστικά Γραφεία

Τη δεκαετία του 1980 οι εφαρμογές της πληροφορικής ικανοποιούν πλέον όλες τις φάσεις της παραγωγής και της διάθεσης της τουριστικής αγοράς.

Συνιστούν “πακέτα” ολοκληρωμένων λύσεων μηχανογράφησης τουριστικών επιχειρήσεων και οργανισμών, και υποστηρίζουν τα “Ολοκληρωμένα Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης” (Management Information Systems).

Οι εφαρμογές της πληροφορικής στα Τουριστικά Γραφεία υποστηρίζουν τη λειτουργία τους ως εξής:

α) Στη **συνδιαλλαγή υπαλλήλου Τουριστικού Γραφείου και τουρίστα - πελάτη (front-office management)**, διασυνδέοντας τους καταναλωτές με τους παραγωγούς-προμηθευτές.

Συγκεκριμένα υποστηρίζουν:

- την παραγγελία τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- τις πωλήσεις τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών,
- την τιμολόγηση,
- τα συμβόλαια-συμφωνίες,
- τις σχέσεις Tour Operators και Τουριστικών Γραφείων,
- τις εντολές κράτησης (vouchers),
- τις λοιπές καταναλώσεις εστίασης, ενοικίασης αυτοκινήτου, εκδρομών, κ.ά.

β) Στις **εργασίες της υπόλοιπης διαχείρισης του Τουριστικού Γραφείου (back-office management)**.

Συγκεκριμένα υποστηρίζουν:

- τη λογιστική (γενική, κόστους, μισθοδοσία, κ.τ.λ.),
- τη στατιστική επεξεργασία δεδομένων και πληροφοριών ως εργαλείο marketing,
- τη χρηματοοικονομική διαχείριση (ταμειακή ρευστότητα, απαιτήσεις, υποχρεώσεις, προμήθειες, κ.τ.λ.),
- τη γραμματειακή υποστήριξη.

4.4 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ Η ΝΟΜΙΚΗ ΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

Η λειτουργία των Τουριστικών Γραφείων συνίσταται στη διαμεσολάβηση μεταξύ του τουρίστα - καταναλωτή και του παραγωγού - προμηθευτή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με κάθε τρόπο.

Η βάση αυτής της διαμεσολάβησης είναι **οι συμφωνίες** που κάνει το Τουριστικό Γραφείο τόσο με τον τουρίστα όσο και με τον παραγωγό. Για να ανταποκριθεί σε αυτές τις νομικές και δεοντολογικές υποχρεώσεις του (παραβίαση συμβολαίου, εσκεμμένη παραπλάνηση, ολιγωρία, ασφάλειες, αποζημιώσεις αλλά και εργασιακά, φορολογικά κ.ά. θέματα) το Τουριστικό Γραφείο χρειάζεται συνεχή νομική υποστήριξη, είτε με τη δημιουργία ενός νομικού τμήματος είτε με τη συνεργασία με ανεξάρτητα Δικηγορικά Γραφεία.



ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Η ανάδειξη σωστού Οργανογράμματος από τα Τουριστικά Γραφεία αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα επιτυχούς επιχειρηματικής πορείας και βιωσιμότητας. Η παράθεση των απαιτήσεων των θέσεων εργασίας, καθώς και των προσόντων που είναι αναγκαία για καθεμία από αυτές τις θέσεις στα Τουριστικά Γραφεία, καταδεικνύει την αναγκαιότητά τους για την αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση των Τουριστικών Γραφείων.

Σήμερα, δεν υπάρχει πια καμία πλευρά της κοινωνικής και οικονομικής ζωής στην οποία η πληροφορική και οι εφαρμογές της να μην έχουν καταλάβει σημαντική θέση. Έτσι, και στα Τουριστικά Γραφεία, οι λειτουργίες τους στηρίζονται όλο και περισσότερο στη λειτουργία των υπολογιστών και των άλλων ηλεκτρονικών τεχνολογιών.



ΕΝΝΟΙΕΣ-ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Λειτουργίες Τουριστικού Γραφείου - τμήμα Τουριστικού Γραφείου - οργανόγραμμα - θέση εργασίας - περιγραφή καθηκόντων θέσης εργασίας - προδιαγραφές θέσης εργασίας, πληροφορική - εφαρμογές πληροφορικής - νομική υποστήριξη.



Θεματικά Αθλητικά Πακέτα Ιστιοπλοΐας



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

1. Πώς διαχωρίζονται οι εργασίες ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού;
2. Τι τμήματα περιλαμβάνει το Οργανόγραμμα ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού;
3. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος κρατήσεων ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού;
4. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος κίνησης (operation) ενός Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού;
5. Ανάφερε τι γνωρίζεις για τους αντιπροσώπους του Tour Operator. Τι περιλαμβάνουν οι εργασίες και τα καθήκοντά τους;
6. Δημιούργησε το οργανόγραμμα ενός εικονικού (του δικού σου) Τουριστικού Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού. Να το παρουσιάσεις στην τάξη σου, δικαιολογώντας την τμηματοποίηση των εργασιών του που εσύ προτείνεις για το συγκεκριμένο Τουριστικό Γραφείο.
7. Περιέγραψε τα καθήκοντα και τα προσόντα που απαιτούν οι παρακάτω θέσεις εργασίας:
α) κρατήσεις (reservations)
β) τμήμα κίνησης (operations)
γ) λογιστήριο.
8. Σε τι πρέπει να ανταποκρίνεται η οργάνωση των εργασιών ενός Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού;
9. Τι τμήματα περιλαμβάνει το οργανόγραμμα ενός Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού;
10. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος οργανωμένων ταξιδιών;
11. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος επιχειρηματικών ταξιδιών;
12. Ποια είναι η λειτουργία του τμήματος ατομικών ταξιδιών;
13. Δημιούργησε το οργανόγραμμα ενός εικονικού (του δικού σου) Τουριστικού Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού. Να το παρουσιάσεις στην τάξη σου, δικαιολογώντας την τμηματοποίηση των εργασιών του που εσύ προτείνεις για το συγκεκριμένο Τουριστικό Γραφείο.
14. Ποιες ήταν οι εφαρμογές της πληροφορικής στον τουρισμό τη δεκαετία του 1970;
15. Γιατί καθιερώθηκαν (επικράτησαν) αυτές οι εφαρμογές;
16. Τι μορφή έλαβαν οι εφαρμογές της πληροφορικής στα Τουριστικά Γραφεία τη δεκαετία του 1980;

- 17.** Πώς υποστηρίζουν τη λειτουργία των Τουριστικών Γραφείων τα πακέτα εφαρμογών για Τουριστικά Γραφεία;
- 18.** Πώς υποστηρίζουν τα πακέτα εφαρμογών τις συνδιαλλαγές υπαλλήλων Τουριστικών Γραφείων και πελατών - τουριστών (front office management);
- 19.** Πώς υποστηρίζουν τα πακέτα εφαρμογών τις εργασίες της υπόλοιπης διαχείρισης των Τουριστικών Γραφείων (back office management);



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

[illegible]

ΓΛΩΣΣΑΡΙ

ΕΛΛΗΝΙΚΟ

αεροδρόμιο: κάθε στερεά εδαφική επιφάνεια που χρησιμοποιείται για την προσγείωση και απογείωση των αεροσκαφών. Στην έννοια του αεροδρομίου επίσης συμπεριλαμβάνονται:

το βοηθητικό αεροδρόμιο: κάθε στερεά ή υδάτινη επιφάνεια η οποία προορίζεται για την προσγείωση ή την απογείωση αεροσκαφών, τα οποία βρίσκονται σε έκτακτη ανάγκη.

το αεροδρόμιο εναλλαγής: κάθε αεροδρόμιο που προορίζεται από το σχέδιο πτήσεως, για αεροδρόμιο προσγείωσης σε περίπτωση που δεν είναι δυνατή η προσγείωση στο αεροδρόμιο προορισμού, όπως αρχικά είχε προγραμματιστεί.

αερολιμένας: κάθε αεροδρόμιο στο έδαφος ή στη θάλασσα που διαθέτει κτηριακές εγκαταστάσεις, τεχνικό εξοπλισμό και κατάλληλα διασκευασμένους διαδρόμους απογείωσης και προσγείωσης αεροσκαφών, καθώς και χώρους για συντήρηση και φύλαξη των αεροσκαφών.

αεροπορική βιομηχανία: σύνολο δημόσιων και ιδιωτικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται παγκοσμίως.

αεροσκάφος: κάθε μηχανικό εναέριο μεταφορικό μέσο.

αρχηγός ομάδας: εκπρόσωπος του Τουριστικού Γραφείου που συνοδεύει την ομάδα των τουριστών σε όλη τη διάρκεια του τουριστικού ταξιδιού (tour leader - tour escort - tour guide).

δίκτυο: το σύστημα των οδικών αρτηριών, των σιδηροδρομικών, θαλάσσιων και εναέριων οδών, το οποίο συνδέει τις διάφορες περιοχές μεταξύ τους.

δρομολόγιο: η κίνηση ενός μεταφορικού μέσου, σε συγκεκριμένο χρόνο, από μία αφετηρία σε ένα τέρμα ακολουθώντας συγκεκριμένη διαδρομή.

θάλαμος επιβατών: ο χώρος του αεροσκάφους ο οποίος προορίζεται για χρήση από τους επιβάτες και τα μέλη του πληρώματος.

κόμιστρο: το αντίτιμο του εισιτηρίου που πληρώνει ο επιβάτης, οποιουδήποτε μεταφορικού μέσου (ναύλος).

κρουαζιέρα: είναι η πολυήμερη περιήγηση στη θάλασσα (με κρουαζιερόπλοιο), που περιλαμβάνει προκαθορισμένους σταθμούς σε λιμάνια για επισκέψεις.

λογότυπο: μικρό και σύντομο κείμενο (όνομα, τίτλος κ.τ.λ.) ή / και σχέδιο σε τυποποιημένη μορφή, το οποίο αποτελεί την “ταυτότητα” μιας επιχείρησης, ενός εντύπου κ.τ.λ.

ναύλος: το αντίτιμο του εισιτηρίου που πληρώνει ο επιβάτης οποιουδήποτε μεταφορικού μέσου (κόμιστρο).

ναυτιλιακή εταιρεία: εταιρεία η οποία διαθέτει ικανό αριθμό πλοίων και ασχολείται με τη μεταφορά επιβατών και εμπορευμάτων.

ξεναγός: άτομο το οποίο υποδεικνύει και επεξηγεί τα αξιοθέατα (αρχαία και ιστορικά μνημεία, καλλιτεχνικά έργα κ.τ.λ.) ενός τόπου σε αλλοδαπούς ή ημεδαπούς επισκέπτες-τουρίστες.

οργανόγραμμα: γραφική παράσταση που απεικονίζει τη διάρθρωση και τη σχέση των τμημάτων ενός οργανισμού, μιας επιχείρησης κ.τ.λ. και κατά συνέπεια τη θέση των ατόμων μέσα σ' αυτές.

πλήρωμα: το προσωπικό κάθε μεταφορικού μέσου.

πτήσεις τακτικές: προγραμματισμένες πτήσεις οι οποίες δημοσιεύονται στα timetables και πραγματοποιούνται ανεξάρτητα από τον αριθμό των επιβατών.

πτήσεις έκτακτες: οι μη προγραμματισμένες πτήσεις, οι οποίες πραγματοποιούνται για να καλύψουν έκτακτες ανάγκες της αεροπορικής εταιρείας ή / και ναυλωμένες πτήσεις (charters), που συνήθως καλύπτουν το μεγαλύτερο ποσοστό των θέσεων τους.

συνάλλαγμα: όλα τα μέσα πληρωμής, όπως νομίσματα, ταξιδιωτικές επιταγές κ.ά., τα οποία είναι διαφορετικά από τα μέσα πληρωμής της χώρας στην οποία βρίσκεται ένα άτομο.

ταξιδιωτική επιταγή: επιταγή η οποία εκδίδεται από τράπεζα, χρησιμοποιείται μόνο σε τουριστική μετακίνηση και η πληρωμή της μπορεί να γίνει σε πολλές χώρες (traveller's check / chèque de voyage).

τίτλος μεταφοράς: έντυπο το οποίο αποδεικνύει το δικαίωμα χρήσης του κατόχου του για το συγκεκριμένο μεταφορικό μέσο για το οποίο έχει εκδοθεί.

τουριστική υποδομή: έργα τα οποία πραγματοποιούνται για την τουριστική ανάπτυξη, όπως είναι οι δρόμοι που δημιουργούνται για συγκεκριμένο ξενοδοχείο ή για πρόσβαση σε φυσικό τοπίο, οι μαρίνες, η τροφοδοσία με ηλεκτρικό ρεύμα, η εγκατάσταση τηλεφώνου κ.ά., τα οποία δεν είναι άμεσα παραγωγικά.

τουριστική ανωδομή: επέκταση ήδη υπάρχουσας υποδομής με έργα τα οποία εξυπηρετούν άμεσα τον τουρίστα, όπως τουριστικά καταλύματα, κατασκηνώσεις και άλλες οικιστικές παρεμβάσεις.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΟ

B.S.P - Bank Settlement Plan: Σύστημα Διατραπεζικής Εκκαθάρισης, το οποίο χρησιμοποιείται για την εκκαθάριση και την έκδοση των τιμολογίων των πωλήσεων των Τουριστικών Γραφείων που έγιναν για λογαριασμό αεροπορικών εταιρειών.

check in procedure: διαδικασία κατά την αναχώρηση της πτήσης του αεροπλάνου και κατά την άφιξη στο ξενοδοχείο.

day use (δημέρευση): η παραμονή των τουριστών - πελατών στο τουριστικό κατάλυμα κατά τη διάρκεια της ημέρας (1200 έως 1800). Συνήθως οι όροι χρέωσης είναι RR.

marketing: το σύνολο των δραστηριοτήτων μιας τουριστικής επιχείρησης, οι οποίες αποσκοπούν στην εξακρίβωση των αναγκών του τουρίστα - καταναλωτή, στην ανάπτυξη των απαραίτητων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που τις ικανοποιούν και στη δημιουργία των απαραίτητων προϋποθέσεων της τουριστικής ζήτησης, οι οποίες θα οδηγήσουν σε επιτυχείς πωλήσεις των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

SITI (Sales Inside Ticket Inside): η έκδοση του αεροπορικού εισιτηρίου και η πώλησή του πραγματοποιείται στη χώρα αναχώρησης.

SITO (Sales Inside Ticket Outside): η πώληση του αεροπορικού εισιτηρίου πραγματοποιείται στη χώρα αναχώρησης, ενώ η έκδοσή του πραγματοποιείται σε άλλη χώρα.

SOTI (Sales Outside Ticket Inside): η έκδοση του αεροπορικού εισιτηρίου πραγματοποιείται στη χώρα αναχώρησης, ενώ η πώλησή του πραγματοποιείται σε άλλη χώρα.

SOTO (Sales Outside Ticket Outside): η έκδοση του αεροπορικού εισιτηρίου και η πώλησή του πραγματοποιείται σε άλλη χώρα.

VIP: Very Important Person (Πολύ Σημαντικό Άτομο), CIP: Commercial Important Person (Εμπορικά Σημαντικό Άτομο), IP: Important Person (Σημαντικό Άτομο): σημαίνουντα πρόσωπα τα οποία τυγχάνουν ιδιαίτερης εξυπηρέτησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Αποστολόπουλος Δ. Κωνσταντίνος, Θεοδωροπούλου Ελένη, Τσακατούρα Γ. Αλίκη, *“Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Υπαίθρου”*, ΥΠΕΠΘ - Π.Ι., 2001.
- Βαρβαρέσος Στέλιος, *“Τουρισμός - Έννοιες, Μεγέθη, Δομές”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, 2000.
- Βαρβαρέσος Στέλιος, *“Τουρισμός - Οικονομικές Προσεγγίσεις”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, 2000.
- Γαλίτης Γεώργιος, *“Αεροπορικοί Ναύλοι - Ticketing”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, Αθήνα 1999.
- Ευθυμιάτου - Πουλάκου Αντωνία, *“Στοιχεία Εργατικής και Ξενοδοχειακής Νομοθεσίας”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, Αθήνα 1993.
- Ευθυμιάτου - Πουλάκου Αντωνία, *“Στοιχεία Τουριστικής Νομοθεσίας”*, εκδόσεις “ΑΝΤ. Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ”, Αθήνα - Κομοτηνή 1987.
- Ζαχαράτος Α. Γεράσιμος, *“Package Tour - Παραγωγή και Διάθεση του Τουριστικού Ταξιδιού”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, 2000.
- Ζωγραφάκη Ρομίνη, *“Αεροπορικοί Ναύλοι”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 1995.
- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος - Κραβαρίτης Ν. Κώστας - Λύτρας Ν. Περικλής, *“Εισαγωγή στον Τουρισμό”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, 1998-1999.
- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, *“Τουριστική Οικονομία”*, τόμος Α΄ και Β΄, εκδόσεις “INTERBOOKS”, Αθήνα 1992.
- Θεοφανίδης Σταύρος, *“Ε.Τ.Β.Α. Α.Ε. - Εγχειρίδιο Αξιολόγησης Επενδυτικών Σχεδίων”*, εκδόσεις “ΠΑΠΑΖΗΣΗ”, 1985.
- Καλιφώτης Σταύρος, *“Τουριστικά Επιχειρήσεις - Ξενοδοχεία, Τουριστικά Γραφεία”*, εκδόσεις “ΘΕΟΔ. Π. ΤΥΡΟΒΟΛΑ”, Αθήναι 1974.
- Καλιφώτης Σταύρος, *“Εισαγωγή εις την Θεωρία του Τουρισμού”*, εκδοτικός οίκος “ΘΕΟΔ. Π. ΤΥΡΟΒΟΛΑΣ”, Αθήναι 1976.
- Καπίκη - Πιβεροπούλου Τάνια, *“Υπηρεσία Υποδοχής”*, εκδοτικός οίκος “INTERBOOKS”, Αθήνα 1998.
- Καρκαλάς Γεωργ. Βασίλης, *“Αερομεταφορές και Οργάνωση Πολιτικών Αερολιμένων και Αεροδρομίων”*, εκδόσεις “ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ”, Αθήνα 1998.
- Καταραχιάς Λάμπρος, *“Μάνατζμεντ Υποδοχής - Οργάνωση & Λειτουργία του Τμήματος Υποδοχής των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, Αθήνα 1998.
- Κολτσιδόπουλος Δημ. Γεώργιος, *“Τουρισμός - Θεωρητική Προσέγγιση”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 2001.
- Κομίλης Παναγιώτης, *“Οικοτουρισμός - Η Εναλλακτική Προοπτική Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, 2001.

- Κραβαρίτης Ν. Κώστας, *“Επαγγελματικός Τουρισμός Συνεδρίων - Κινήτρων - Εκθέσεων”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, Αθήνα 1992.
- Λαλούμης Αθ. Δημήτριος - Ρούπας Χρ. Βασίλειος, *“Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, Αθήνα 1996.
- Λέκκας Αθανάσιος, *“Αεροδρόμιο - Λειτουργία και Εξυπηρέτηση Πελατών”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 1997.
- Λογοθέτης Ι. Μιλτιάδης, *“Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Τουριστικής Προσφοράς και Ζητήσεως”*, εκδόσεις του ιδίου, Αθήνα 1971.
- Λύτρας Ν. Περικλής, *“Τουριστική Ψυχολογία”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, 1993.
- Μπουραντάς Δ. - Βάθης Α. - Παπακωνσταντίνου Χ. - Ρεκλέτης Π., *“Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών”*, Ο.Ε.Δ.Β., 2000.
- Πιντέλογλου Γρηγόρης, *“Στοιχεία Τουριστικής - Ξενοδοχειακής Νομοθεσίας”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 2001.
- Πρίντεζης Φ. Γεώργιος, *“Αεροπορικό Μάρκετινγκ”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 1995.
- Ρούπας Βασίλειος, *“Οργάνωση και Διεύθυνση Τουριστικών Γραφείων”*, Ο.Ε.Δ.Β. - ΣΤΕ 216, Αθήνα 1990.
- Ρούπας Βασίλειος, *“Τουρισμός Ι”*, Ο.Ε.Δ.Β. - ΣΤΕ 101, Αθήνα 1983.
- Ρούπας Βασίλειος - Λαλούμης Δημήτρης, *“Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων”*, εκδόσεις “ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ”, Αθήνα 1998.
- Σιορβάνε Α. Νίκος, *“Α. Το Μάρκετινγκ στον Τουρισμό (Τουριστικών Επιχειρήσεων - Κρατικών Οργανισμών) - Β. Η Φιλοσοφία του Τουρισμού”*, εκδόσεις “ΠΑΠΑΖΗΣΗ”, Αθήνα 1974.
- Σωτηριάδης Μάριος, *“Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming & Outgoing - Λειτουργία - Οικονομικά - Σχεδιασμός Προϊόντων”*, εκδόσεις “ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ”, 2001.
- Τσαλουχίδης Ν. Ιωάννης, *“Τουριστικά Θέσεις - Ι. Πνευματική Υποδομή”*, εκδόσεις του ιδίου, Θεσσαλονίκη 1971.
- Χυτήρης Σ. Λεωνίδα, *“Τουριστικά Γραφεία”*, εκδόσεις “INTERBOOKS”, Αθήνα 1995.
- “Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής”*, εκδόσεις “Ινστιτούτο Νεοελληνικών Σπουδών Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης - Ίδρυμα Μανώλη Τριανταφυλλίδη”, 1998.
- “Νέα Παγκόσμιος Εγκυκλοπαίδεια”*, εκδόσεις “Μορφωτική Εταιρεία”, Αθήναι.
- “Πάπυρος - Λαρούς”* Γενική Παγκόσμιος Εγκυκλοπαίδεια, εκδόσεις “Επιστημονική Εταιρεία των Ελληνικών Γραμμάτων ΠΑΠΥΡΟΣ”.
- Σύγχρονος Εγκυκλοπαίδεια “ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗ”*, εκδόσεις “Ν. ΝΙΚΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.”, Αθήνα.
- “Υδρία”* Μεγάλη Γενική Εγκυκλοπαίδεια, εκδόσεις “Εταιρεία Ελληνικών Εκδόσεων Α.Ε.”.

ΜΕΤΑΦΡΑΣΜΕΝΗ

- Fuller Gerald, *“Μάνατζμεντ Ταξιδιωτικού Πρακτορείου”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 1997.
- Gee Y. Chuck - Makens C. James - Choy J. L. Dexter, *“Τουριστική και Ταξιδιωτική Βιομηχανία”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 2001.
- Wells T. Alexander, *“Αεροπορική Βιομηχανία Μεταφορών”*, εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ”, 1997.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Foster L. Dennis, *“The Business of Travel: Agency Operations and Administration”*, Glencoe Division of MacMillan / MacGraw - Hill Publishing Company, 1990.
- Shaw Stephen, *“Airline Marketing & Management”*, “PITTMAN” Publishing, 1990.
- Travel Agents’ Training Programme, Standard Course, Module 1, *“Introduction to Tourism”*, *“International Air Transport Association”*, Montreal-Geneva, 1994.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	5
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

1.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ.....	8
1.1.1 Το Φαινόμενο του Τουρισμού.....	8
1.1.2 Ο Τουρίστας.....	9
1.1.3 Οι Τύποι Τουρισμού	10
1.1.4 Η Τουριστική Αγορά	13
1.1.5 Η Τουριστική Ζήτηση	13
1.1.6 Η Τουριστική Προσφορά.....	14
1.1.7 Οι Τουριστικές Επιχειρήσεις.....	14
1.1.8 Τα Τουριστικά Γραφεία	16
1.1.8.1 Η Θέση και ο Ρόλος του Τουριστικού Γραφείου	16
1.1.8.2 Ο Ορισμός του Τουριστικού Γραφείου	17
1.1.8.3 Οι Εργασίες του Τουριστικού Γραφείου.....	17
1.1.8.4 Η Ιστορική Εξέλιξη των Τουριστικών Γραφείων	18
1.1.8.5 Οι Τύποι Τουριστικών Γραφείων	20
1.2 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
1.3 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22
1.3.1 Εισαγωγή.....	22
1.3.2 Ορισμός.....	22
1.3.3 Οι Υπηρεσίες Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού.....	23
1.3.4 Τα Τμήματα Γραφείου Εισερχόμενου Τουρισμού	23
1.4 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
1.4.1 Εισαγωγή.....	25
1.4.2 Τα Τμήματα Γραφείου Εξερχόμενου Τουρισμού.....	26
1.5 ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	28
1.5.1 Εισαγωγή.....	28
1.5.2 Ο Περιηγητικός Τουρισμός.....	28
1.5.3 Ο Μορφωτικός Τουρισμός	29
1.5.4 Ο Τουρισμός Πόλης	29
1.5.5 Ο Οικογενειακός Τουρισμός.....	30

1.5.6	Ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας.....	31
1.5.7	Ο Τουρισμός Ατόμων με Αναπηρίες ή Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες.....	31
1.5.8	Ο Επαγγελματικός Τουρισμός.....	31
1.5.8.1	Ο Τουρισμός Εκθέσεων	32
1.5.8.2	Ο Συνεδριακός Τουρισμός	32
1.5.8.3	Ο Τουρισμός Κινήτρων	33
1.5.9	Ο Τουρισμός Υγείας ή Θεραπευτικός και ο Θερμαλισμός	34
1.5.10	Ο Τουρισμός Παραχείμασης	35
1.5.11	Ο Τουρισμός Άθλησης	35
1.5.12	Ο Τουρισμός Χειμερινών Σπορ	36
1.5.13	Ο Τουρισμός Περιπέτειας.....	37
1.5.14	Ο Ορεινός Τουρισμός.....	37
1.5.15	Ο Θαλάσσιος Τουρισμός.....	38
1.5.16	Ο Ιστορικός Τουρισμός	39
1.5.17	Ο Θρησκευτικός Τουρισμός	40
1.5.18	Ο Επιλεκτικός Τουρισμός.....	40
1.5.19	Ο Κοσμοπολίτικος Τουρισμός	41
1.5.20	Ο Λαϊκός Τουρισμός.....	42
1.5.21	Ο Κοινωνικός Τουρισμός	42
1.5.22	Ο Αγροτικός Τουρισμός.....	42
1.5.23	Ο Οικολογικός Τουρισμός	43
1.5.24	Ο Χρονομεριστικός Τουρισμός.....	44
1.5.25	Η Ανταλλαγή Κατοικιών για Διακοπές	45
1.5.26	Ο Τουρισμός του Γυμνισμού	45
1.5.27	Ο Τουρισμός των Καζίνο.....	45
1.6	ΓΡΑΦΕΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	46
1.6.1	Ορισμός	46
1.6.2	Τα Γραφεία Επαγγελματικού Τουρισμού	46
1.6.3	Τα Γραφεία Εισιτηρίων	47
1.7	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ & ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	47
1.7.1	Εισαγωγή.....	47
1.7.2	Η Ίδρυση Τουριστικού Γραφείου	49
1.7.3	Η Επιλογή Θέσης, ο Εξοπλισμός, οι Εγκαταστάσεις του Τουριστικού Γραφείου	50
1.7.4	Η Νομική Μορφή των Τουριστικών Γραφείων.....	51
1.7.5	Η Άδεια Λειτουργίας Τουριστικού Γραφείου	52

1.7.5.1	Τα Απαιτούμενα Δικαιολογητικά	52
1.7.5.2	Ο Υπεύθυνος Τουριστικού Γραφείου	52
1.7.5.3	Οι Διακριτικοί Τίτλοι Τουριστικού Γραφείου	53
1.7.5.4	Έλεγχος και Εποπτεία Τουριστικού Γραφείου	53
	Ανακεφαλαίωση	54
	Έννοιες - Λέξεις κλειδιά	54
	Δραστηριότητες	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

2.1.	ΓΕΝΙΚΑ ΠΕΡΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	58
2.2.	ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	60
2.2.1.	Πριν την Έναρξη της Τουριστικής Περιόδου	60
2.2.2.	Κατά τη Διάρκεια Αιχμής της Τουριστικής Περιόδου	62
2.2.3.	Μετά τη Λήξη της Τουριστικής Περιόδου	63
2.3	Η ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	65
2.3.1.	Τα Είδη Συνεργασίας με τα Τουριστικά Καταλύματα	66
2.3.1.1.	Η Συμφωνία Συνεργασίας και Διαχειριστικής Δέσμευσης (Allotment)	69
2.3.1.2.	Η Δεσμευτική Συμφωνία (Commitment)	72
2.3.1.3.	Η Εγγυημένη Συμφωνία ή Συμφωνία Εγγύησης (Guarantee)	72
2.3.1.4.	Η Συμφωνία Κατόπιν Συνεννοήσεως (On Request)	72
2.3.2.	Οι Κρατήσεις Δωματίων	73
2.3.2.1.	Τα Είδη Κρατήσεων	75
2.3.2.2.	Η Διαχείριση Κρατήσεων	76
2.3.2.3.	Η Πολιτική Τιμών	78
2.3.2.4.	Οι Προμήθειες	79
2.3.3.	Η Εντολή Κράτησης και Πληρωμής (Voucher)	81
2.3.3.1	Η Χρήση Voucher	81
2.3.3.2	Η Εντολή Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής	82
2.3.3.2.1	Γενικά	82
2.3.3.2.2	Η Δομή Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής	86
2.3.3.2.3	Η Χρησιμότητα Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής	90

2.3.3.2.4	Παραδείγματα Εντολής Κράτησης και Πληρωμής (Voucher) Διαμονής.....	90
2.4	Η ΜΕΤΑΦΟΡΑ - ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	96
2.4.1	Εισαγωγή.....	96
2.4.2	Το Αεροπορικό Προϊόν.....	97
2.4.2.1	Βασικά Ποιοτικά Χαρακτηριστικά.....	99
2.4.2.2	Παράγοντες Ικανοποίησης Πελατών.....	101
2.4.2.3	Στοιχεία Βασικής Ορολογίας Εξυπηρέτησης Επιβατών Αεροδρομίου.....	103
2.4.3	Η Επιβατηγός Ναυτιλία.....	106
2.4.3.1	Τα Χαρακτηριστικά και οι Ιδιαιτερότητες της Επιβατηγού Ναυτιλίας.....	106
2.4.3.2	Οι Θαλάσσιες Περιηγήσεις-Κρουαζιέρες (Cruises).....	107
2.4.4	Ο Σιδηρόδρομος.....	110
2.4.5	Τα Τουριστικά Λεωφορεία.....	111
2.4.6	Άλλες Περιπτώσεις.....	113
2.5	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ.....	115
2.5.1	Το Αεροπορικό Εισιτήριο.....	116
2.5.1.1	Η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών.....	116
2.5.1.2	Η Έκδοση του Αεροπορικού Εισιτηρίου.....	117
2.5.1.3	Η Κράτηση και η Έκδοση Αεροπορικού Εισιτηρίου με Χρήση CRS-GDS.....	119
2.5.1.4	Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση του Αεροπορικού Εισιτηρίου.....	120
2.5.1.5	Το Δελτίο Διάφορων Υπηρεσιών - MCO.....	128
2.5.1.6	Το Προπληρωμένο Εισιτήριο - PTA.....	133
2.5.2	Το Ακτοπλοϊκό Εισιτήριο.....	133
2.5.2.1	Η Έκδοση του Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου.....	134
2.5.2.2	Η Κράτηση και η Έκδοση Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου με Χρήση CRS.....	135
2.5.2.3	Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση του Ακτοπλοϊκού Εισιτηρίου.....	136
2.5.3	Το Σιδηροδρομικό Εισιτήριο.....	138
2.5.3.1	Η Έκδοση του Σιδηροδρομικού Εισιτηρίου.....	139
2.5.3.2	Η Περιγραφή και η Συμπλήρωση Σιδηροδρομικού Εισιτηρίου.....	139
2.6	ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	142
2.6.1	Εισαγωγή.....	142
2.6.2	Οι Ταξιδιωτικοί Οδηγοί.....	143
2.6.3	Τα Ταξιδιωτικά Εγχειρίδια.....	144

2.6.4	Οι Συνδυασμοί Ταξιδιωτικών Οδηγών και Ταξιδιωτικών Εγχειριδίων	146
2.6.5	Τα Τουριστικά Φυλλάδια.....	147
2.6.6	Οι Ψηφιακοί Δίσκοι (CD-ROMs).....	148
2.6.7	Το Διαδίκτυο (Internet)	149
2.6.8	Οι Εκθέσεις.....	150
2.6.9	Άλλες Πηγές Πληροφόρησης.....	151
2.7	ΤΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ.....	151
2.7.1	Το Διαβατήριο και η Θεώρησή του	152
2.7.2	Κάρτα Υγείας και Εμβολιασμού.....	155
	Ανακεφαλαίωση.....	157
	Έννοιες - Λέξεις κλειδιά	159
	Δραστηριότητες	161

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1	ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΤΑΞΙΔΙ.....	172
3.1.1	Εισαγωγή.....	172
3.1.2	Ο Ορισμός του Οργανωμένου Ταξιδιού	173
3.1.3	Τα Αίτια που γεννούν το Οργανωμένο Ταξίδι	174
3.1.4	Οι Τάσεις του Οργανωμένου Τουρισμού	174
3.1.5	Οι Τύποι των Οργανωμένων Ταξιδιών	176
3.1.6	Η Οικονομική Ανάλυση του Οργανωμένου Ταξιδιού	177
3.2	Ο ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	178
3.2.1	Οι Λειτουργίες του Tour Operator.....	179
3.2.2	Η Θέση των Tour Operators στην Τουριστική Οικονομία	180
3.2.3	Η Οργανωτική Δομή των Tour Operators.....	182
3.2.4	Από το Τουριστικό Γραφείο στον Tour Operator	184
3.3	ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ	186
3.3.1	Ορισμός του Τουριστικού Πακέτου.....	186
3.3.2	Οι Ιδιαιτερότητες των Τουριστικών Πακέτων	187
3.3.3	Τα Είδη των Τουριστικών Πακέτων	189
3.3.4	Οι Φάσεις Παραγωγής και Διάθεσης των Τουριστικών Πακέτων	192

3.4 ΟΙ ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ	202
3.4.1 Εισαγωγή.....	202
3.4.2 Εφαρμογή.....	203
3.4.3 Περιεχόμενα - Ειδικό Όροι	203
3.5 Η ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ	204
3.5.1 Εισαγωγή.....	204
3.5.2 Καλύψεις, Εξαιρέσεις, Ειδικές Περιπτώσεις.....	204
Ανακεφαλαίωση.....	206
Έννοιες - Λέξεις κλειδιά	206
Δραστηριότητες	207

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

4.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	212
4.1.1 Η Οργάνωση Λειτουργιών σε Τμήματα	212
4.1.2 Περιγραφές Καθηκόντων Θέσεων Εργασίας και Προδιαγραφές Θέσεων Εργασίας.....	216
4.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	219
4.2.1 Η Οργάνωση Λειτουργιών σε Τμήματα. Περιγραφές Καθηκόντων και Προδιαγραφές Θέσεων Εργασίας.....	219
4.3 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	221
4.3.1 Εισαγωγή.....	221
4.3.2 Οι Εφαρμογές της Πληροφορικής στον Τουρισμό	222
4.3.3 Οι Εφαρμογές της Πληροφορικής στα Τουριστικά Γραφεία	222
4.4 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ Η ΝΟΜΙΚΗ ΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ	223
Ανακεφαλαίωση.....	224
Έννοιες - Λέξεις κλειδιά	224
Δραστηριότητες	225
Γλωσσάρι	227
Βιβλιογραφία.....	230

Βάσει του ν. 3966/2011 τα διδακτικά βιβλία του Δημοτικού, του Γυμνασίου, του Λυκείου, των ΕΠΑ.Λ. και των ΕΠΑ.Σ. τυπώνονται από το ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ και διανέμονται δωρεάν στα Δημόσια Σχολεία. Τα βιβλία μπορεί να διατίθενται προς πώληση, όταν φέρουν στη δεξιά κάτω γωνία του εμπροσθόφυλλου ένδειξη «ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ ΜΕ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ». Κάθε αντίτυπο που διατίθεται προς πώληση και δεν φέρει την παραπάνω ένδειξη θεωρείται κλεψίτυπο και ο παραβάτης διώκεται σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 7 του νόμου 1129 της 15/21 Μαρτίου 1946 (ΦΕΚ 1946,108, Α').

Απαγορεύεται η αναπαραγωγή οποιουδήποτε τμήματος αυτού του βιβλίου, που καλύπτεται από δικαιώματα (copyright), ή η χρήση του σε οποιαδήποτε μορφή, χωρίς τη γραπτή άδεια του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού / ΙΤΥΕ - ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ.

Κωδικός βιβλίου: 0-24-0220
ISBN 978-960-06-2992-7



(01) 000000 0 24 0220 8