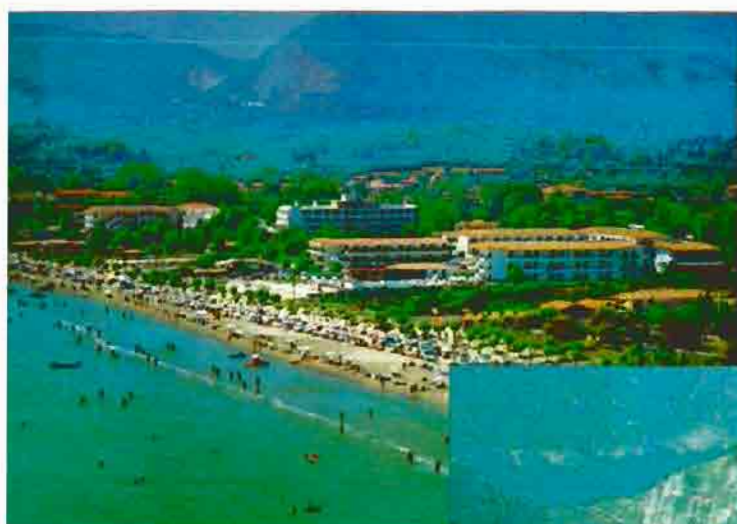


ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ
Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας
Τμήμα Λογιστικής

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ



Πτυχιακή εργασία

Εισηγητής Καθηγητής:
Δ. Παπαδιονυσίου

*Αντωνάτου Χριστίνα
Γιακουμέλου Μαρία
Καραγιάννη Παναγιώτα*

ΠΑΤΡΑ 1999



ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ 2967

Ευχαριστίες

Μετά από μια ακαταπόνητη προσπάθεια, αισθανόμαστε την ανάγκη να ευχαριστήσουμε από τα βάθη της ψυχής μας, τον καθηγητή και εισηγητή του θέματος κ. **Δ. Παπαδιονυσίου**, που είχε την κύρια επίβλεψη της πτυχιακής μας εργασίας, για την αμέριστη συμπαράστασή του, το ζήλο και τις γνώσεις που προσέφερε για την αποπεράτωση της μελέτης μας. Η συνεχής ενθάρρυνση και διδασκαλία του καθώς και το άσβεστο ενδιαφέρον του αποτέλεσαν σημαντικούς παράγοντες στην εξέλιξη και ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

Αισθανόμαστε ακόμη την υποχρέωση, να εκφράσουμε τις ολόθερμες και ειλικρινείς μας ευχαριστίες τόσο για τις πληροφορίες όσο και για την προθυμία εξυπηρέτησής μας για την διεκπεραίωση της μελέτης μας, τον οργανισμό, που χωρίς την ανεκτίμητη βοήθειά του δε θα είχαμε επιτύχει ένα τέτοιο εντυπωσιακό αποτέλεσμα στο συγκεκριμένο θέμα της πτυχιακής εργασίας, **ΕΟΤ ΠΑΤΡΑΣ** και το προσωπικό που τον απαρτίζει. Με τη σφαιρική και ολοκληρωμένη γνώση των αντικειμένων που αναφερόμαστε μας διευκόλυνε τόσο, έτσι ώστε να έχουμε το σύνολο των πληροφοριών και στοιχείων σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Η άοκνη στήριξη και καθοδήγησή τους, το απaráμιλλο ενδιαφέρον τους για την προσπάθεια αυτή καθώς και η αδιάλειπτη συμπαράστασή των εργαζομένων στην επίλυση των προβλημάτων που ανέκυπταν κατά την εξέλιξη της πτυχιακής εργασίας, βοήθησαν τα μέγιστα στην ολοκλήρωσή της.

Πιστεύουμε ότι αξίζουν συγχαρητήρια όλοι αυτοί οι υπάλληλοι, οι οποίοι αφιερώνοντας πολύ προσωπικό και εργασιακό χρόνο, μας έδωσαν όχι μόνο τα στοιχεία που ήταν απαραίτητα για τη μελέτη μας, αλλά προπάντων λάβαμε το αισιόδοξο μήνυμα ότι υπάρχει συνεργασία στο Δημόσιο Γομέα, υπάρχουν δηλαδή υπάλληλοι οι οποίοι ενδιαφέρονται

πραγματικά για τη δουλειά τους και για την προσφορά τους στο κοινωνικό σύνολο μέσα απ' αυτή.

Επιπλέον, θεωρούμε υποχρέωσή μας να ευχαριστήσουμε θερμότατα την Τουριστική Αστυνομία Ζακύνθου, για την κατανόηση που έδειξε ώστε να κινηθούμε ελεύθερα στους χώρους της και για την ανεκτίμητη βοήθειά της για τη συλλογή στοιχείων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	7
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
Ιστορική Αναδρομή του τουρισμού	
1.1 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ευρώπη και την Ελλάδα	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
Ορισμός- Έννοια Τουρισμού	17
2.1 Κατηγορίες τουρισμού	19
2.2 Βασικές εντολές τουρισμού	21
2.3 ΕΟΤ- έννοια-ορισμός	22
2.4 Αρμοδιότητες ΕΟΤ	23
2.5 Τουριστικοί όροι	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
Τουρισμός και περιβάλλον	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
Ποιότητα ελληνικού τουριστικού προϊόντος	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
Μέσα μεταφοράς και διακίνησης των τουριστών	
5.1 Τουριστικά Γραφεία	35
5.1.1 Έννοια - Εξέλιξη Τουριστικών Γραφείων	36
5.1.2 Διακρίσεις Τουριστικών Γραφείων	37

5.1.3 Βασικές υπηρεσίες που προσφέρουν τα Τουριστικά Γραφεία	38
5.2 Ειδικά Τουριστικά Λεωφορεία	40
5.2.1 Γενικά - Ορισμός Τουριστικών Λεωφορείων	40
5.2.2 Υποχρεώσεις Τουριστικών Λεωφορείων	41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Τουρισμός και Οικονομία

6.1 Γενικά	43
6.2 Η επιρροή του Τουρισμού στο Εθνικό Εισόδημα	44
6.3 Ο Τουρισμός ως παράγοντας πληθωρισμού	45
6.4 Τουριστικό Κύκλωμα	45
6.5 Τουριστικές δαπάνες	47
6.5.1 Γενικά – Έννοια	47
6.5.2 Διάκριση τουριστικών δαπανών	48
6.6 Τουριστικές επενδύσεις	50
6.7 Τουρισμός-EURO	51
6.8 Τουριστική Ζήτηση	52
6.8.1 Παράγοντες Τουριστικής Ζήτησης	53
6.9 Τουριστική Προσφορά	58
6.10 Τουριστικές εισαγωγές - εξαγωγές	59
6.11 Τουριστικά κίνητρα	60

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Προβλήματα Ελληνικού Τουρισμού

7.1 Γενικά	65
7.2 Το πρόβλημα της παραξενοδοχείας	66

7.3 Το πρόβλημα της υποδοχής	69
7.4 Τουρισμός και Οικολογικό πρόβλημα	70
7.5 Το πρόβλημα της εποχικότητας	71
7.6 Το επίπεδο της τουριστικής εκπαίδευσης	72
7.7 Πρόβλημα τουριστικής πολιτικής	74

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Προϋποθέσεις ανάκαμψης του Ελληνικού Τουρισμού

8.1 Βασικές μορφές Τουρισμού	76
8.2 Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων	83
8.3 Διαφήμιση - προβολή του τουριστικού προϊόντος	84
8.4 Ψυχαγωγία και άθληση. Ο ρόλος τους στην ανάπτυξη του τουρισμού	85
8.5 Κοινωνικοποίηση του εσωτερικού τουρισμού	86
8.6 Πολιτική τουριστικών μεταφορών	87
8.7 Εκσυγχρονισμός και οργάνωση τουριστικής εκπαίδευσης - κατάρτισης προσωπικού και παροχή ποιοτικών υπηρεσιών	89

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

Μέσα διαμονής

9.1 Γενικά στοιχεία	92
9.2 Μορφές καταλυμάτων	93
9.3 Ξενοδοχεία	98
9.3.1 Ιστορική Ανασκόπηση των Ξενοδοχείων	98
9.3.2 Διακρίσεις Ξενοδοχείων	100

9.3.3 Ξενοδοχεία Κλασσικού τύπου	103
9.3.4 Ξενοδοχεία τύπου BUNGALOWS	121
9.3.5 Κανονισμός Σχέσεων Ξενοδοχείων και Πελατών αυτών	123
9.3.6 Οικοτροφεία – Πανσιόν	126
9.3.7 Ξενώνες	126
9.4 Βοηθητικά Καταλύματα	127
9.4.1 Κάμπινγκ (Camping)	127
9.4.2 Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια	136
9.4.3 Κέντρα Παραθερισμού αλλοδαπών	145
9.4.4 Οι Ξενώνες Νεότητας	145
9.4.5 Πανδοχεία	148

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

2004: Ιστορική ευκαιρία για την αναβάπτιση του ελληνικού τουρισμού	151
---	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

Προβλέψεις για την τουριστική κίνηση του 1998	155
--	-----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

Στατιστικά στοιχεία	157
----------------------------	-----

ΕΠΙΛΟΓΟΣ	160
-----------------	-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	162
---------------------	-----

Πρόλογος

Στην εποχή μας, η συνειδητοποίηση, ότι ο τουρισμός ασκεί άμεσες ή έμμεσες επιδράσεις στις οικονομίες πολλών χωρών και ιδιαίτερα όσων χαρακτηρίζονται τουριστικές, οδήγησε στην προσπάθεια να μελετηθούν, να ερευνηθούν και να διαφωτιστούν οι ωφέλειες που πηγάζουν από τον τουρισμό για τον άνθρωπο.

Ο κλάδος του τουρισμού, είναι ένας κλάδος που απαιτεί μελέτη και ανάλυση, γιατί οι τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των ατόμων καθώς και η παραγωγή και διάθεση των τουριστικών αγαθών παρουσιάζουν πολλές ιδιομορφίες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί ένας νέος κλάδος της οικονομικής, η τουριστική οικονομία, η οποία ασχολείται με τις οικονομικές σχέσεις που αναπτύσσονται κατά την διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης των τουριστικών αγαθών.

Έτσι λοιπόν και εμείς έχοντας σαν βάση ότι η Ελλάδα είναι άκρως Τουριστική, δημιουργήσαμε αυτή την εργασία με τίτλο **«Τουρισμός στην Ελλάδα και Μέσα Διαμονής»** που αντικείμενό της είναι ο Τουρισμός στην Ελλάδα. Την παρούσα εργασία μας την έχουμε χωρίσει σε τέσσερα (4) μέρη. Στο πρώτο μέρος, παραθέτουμε μία ιστορική αναδρομή του Τουρισμού και αναφέρουμε τις βασικές κατηγορίες που διακρίνουν τον Τουρισμό. Ακόμα εξετάζουμε την Τουριστική Οικονομία σαν έναν δυναμικό κλάδο της Οικονομικής Επιστήμης που προκαλεί πολλά και ποικίλα οικονομικά προβλήματα.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας μας εξετάζουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο Ελληνικός Τουρισμός και αναφέρουμε τις βασικές προϋποθέσεις για την ανάκαμψή του.

Στη συνέχεια στο τρίτο μέρος, υπάρχει ένα σημαντικό κεφάλαιο, όπου γίνεται αναφορά στα Μέσα Διαμονής. Και όταν λέμε Μέσα Διαμονής

εννοούμε τα Ξενοδοχεία, τα Κάμπινγκ, τα Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια, τα Ξενοδοχεία τύπου 'Bungalows', τα Οικοτροφεία, Πανδοχεία κ.λ.π.

Τέλος, στο τέταρτο μέρος μας, αναφερόμαστε στην επίδραση που θα έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στον τουρισμό μας για τα επόμενα έξι (6) χρόνια, όπου θα κατασκευάζονται ενισχύσεις στον Τουρισμό για να βελτιωθεί.

Σκοπός μας, με την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, είναι να δώσουμε μέσα από τις σελίδες της, σε όλους όσους τη μελετήσουν μια ολοκληρωμένη και σαφή εικόνα του τι είναι Τουρισμός, πότε εμφανίστηκε στην Ελλάδα, τις επιδράσεις του Τουρισμού στην Εθνική μας Οικονομία, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και κάθε άλλη παράμετρο που πηγάζει απ' τον τουρισμό.

Ελπίζουμε ότι θα κινησει το ενδιαφέρον του αναγνώστη να την μελετήσει και ευχόμαστε να λύσει τις απορίες που πιθανόν θα του έχουν δημιουργηθεί γύρω απ' αυτό το θέμα καθώς και να του προσθέσουμε χρήσιμες γνώσεις για τη σημαντική αυτή έννοια που χαρακτηρίζει την Ελλάδα.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Κεφάλαιο 1

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Η ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Ευρώπη και στην Ελλάδα

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που εμφανίστηκε στον κόσμο από την αρχαιότητα, όταν ο άνθρωπος είχε τη δυνατότητα να καλύψει τις βασικές του ανάγκες. Η τουριστική μετακίνηση από το ένα γεωγραφικό χώρο σε ένα άλλο ήταν προνόμιο μόνο για λίγους, όσους διέθεταν χρήμα και ελεύθερο χρόνο, δηλαδή τους πλουσίους και τους ηλικιωμένους.

Ο τουρισμός κάνει τα πρώτα του βήματα στην Ευρώπη, στα μέσα του 19ου αιώνα. Το πρώτο κράτος, όπου το τουριστικό φαινόμενο έκανε την εμφάνισή του, είναι η ορεινή Ελβετία, το 1850. Η Ελβετία κατάφερε σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα να αναπτύξει την τουριστική της κίνηση, με την αξιοποίηση του φυσικού της περιβάλλοντος.

Παρατηρείται, όμως μια καθυστέρηση στην ανάπτυξη του τουρισμού στα υπόλοιπα κράτη της Ευρώπης, ανάμεσά τους και η Ελλάδα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι υπόλοιπες χώρες προσπάθησαν να αναπτύξουν την οικονομία τους, με τη βοήθεια πλουτοπαραγωγικών πηγών.

Η άθλια οικονομική κατάσταση που βρίσκονταν τα Ευρωπαϊκά Κράτη, τους οδήγησαν στην αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας για να αντιμετωπίσουν τα οικονομικά προβλήματα. Έτσι το διάστημα που ακολούθησε από τη λήξη του πρώτου πολέμου (1918) μέχρι την έναρξη του

δεύτερου παγκοσμίου πολέμου (1940), όλα τα Ευρωπαϊκά Κράτη που η οικονομία τους είχε δεχτεί μεγάλες πιέσεις από τον πόλεμο, προχώρησαν με οργάνωση και προγραμματισμό στην ανάπτυξη του τουρισμού.

Η προσπάθεια για την αύξηση της τουριστικής κίνησης συνεχίστηκε και μετά το τέλος του πολέμου με την χρησιμοποίηση της τεχνολογίας. Η τεχνολογία κατόρθωσε να αναπτυχθεί γρήγορα και σημαντικά. Βοήθησε στην ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας και στην ασφαλή διακίνηση των τουριστών είτε στο εσωτερικό μιας χώρας είτε στο εξωτερικό.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα, έκανε τα πρώτα του βήματα δειλά-δειλά, μετά την ανεξαρτησία του ελληνισμού από τον τουρκικό ζυγό. Έτσι ιδρύθηκε η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, για την ασφαλή, άνετη μετακίνηση και διαμονή των ξένων που επιθυμούσαν να επισκεφθούν τις αρχαιότητες της Ελλάδος.

Το 1895 ιδρύθηκε η ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ και το 1910 μετονομάστηκε σε ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ. Το κρατικό ενδιαφέρον για ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας καθυστέρησε, εκδηλώθηκε μόλις το 1914, με την ίδρυση του ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΞΕΝΩΝ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΩΝ. Πέντε χρόνια αργότερα δηλ. το 1919 το Ελληνικό Κράτος διαπίστωσε ότι ο τουρισμός είχε θετικές συνέπειες στην οικονομία και γι' αυτό το λόγο μετέτρεψε το Γραφείο σε ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΞΕΝΩΝ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΩΝ. Δέκα (10) χρόνια αργότερα το 1929 ιδρύθηκε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ). Το Ελληνικό Κράτος κάθε μέρα που περνούσε εκδήλωνε όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον του, με αποτέλεσμα το 1936 να ιδρυθεί το Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού.

Τα μεγάλα προβλήματα για τον τουρισμό, εμφανίστηκαν το 1940 με την κήρυξη του πολέμου στην Ελλάδα από τις φασιστικές δυνάμεις της κατοχής. Μέχρι το 1945, όπου ο πόλεμος τέλειωσε, η οικονομία μας και κατά συνέπεια και ο τουρισμός βρέθηκαν σε δυσμενή θέση. Το 1946, ένα χρόνο αργότερα ιδρύθηκε η Γενική Γραμματεία Τουρισμού, η οποία υπαγόταν στον Πρωθυπουργό, και η οποία λειτούργησε για πέντε χρόνια (5), μέχρι το 1951 και από τότε στη θέση της ιδρύθηκε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).

Από την περίοδο αυτή και μετά, ο ελληνικός τουρισμός ακολουθεί μια ανοδική πορεία, η οποία στηρίχτηκε σε σωστή οργάνωση και σε μια προγραμματισμένη προσπάθεια. Έτσι τα αποτελέσματα για την εθνική μας οικονομία ήταν κερδοφόρα και θετικά.

Σύμφωνα, με επίσημα στοιχεία που εκδόθηκαν από το Κράτος, τα πρώτα σημαντικά αποτελέσματα για τον εξωτερικό τουρισμό γίνονται το 1954 και τα οποία ανέρχονται σε 180.000 άτομα περίπου. Κύριος στόχος της χώρας μας ήταν ο εξωτερικός τουρισμός να ξεπεράσει τα άτομα κάτι που πραγματοποιήθηκε μετά από δύσκολες συνθήκες, το 1966. Το 1974, με τα τραγικά γεγονότα της Κύπρου και την επιστράτευση, θεωρήθηκε μια δύσκολη χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό. Όλοι περίμεναν ότι θα υπήρχε μια σημαντική κάμψη της τουριστικής κίνησης. Παρά όμως τις δυσμενείς προβλέψεις ο τουρισμός έφτασε τα άτομα, και το 1975 τα ξεπέρασε, ένα χρόνο αργότερα το 1976 ο ελληνικός τουρισμός έφτασε και ξεπέρασε τα άτομα, το 1977 ο τουρισμός πλησίασε τα άτομα, το 1978 κατάφερε να ξεπεράσει τα 5.000.000 και να πλησιάσει τα άτομα κάτι που το κατάφερε το 1979.

Το 1980, με την έναρξη της καινούργιας δεκαετίας παρουσιάζεται μια κάμψη που οφείλεται στη δύσκολη οικονομική κατάσταση που υπάρχει σε όλο το κόσμο. Το 1981, παρουσιάζεται μια ανάκαμψη, αλλά δεν μπορούμε να πούμε ότι είναι σημαντική. Το 1982, παρουσιάστηκε μια σταθερότητα στο επίπεδο των 5.500.000, αντίθετα το 1983, παρατηρείται μια κάμψη των 5.300.000, το 1984 οι τουρίστες που επισκέφθηκαν την Ελλάδα αυξήθηκαν και έφθασαν τα 6.000.000 και το 1985 ξεπέρασαν τα 7.000.000, το 1986 οι αλλοδαποί τουρίστες που επισκέφθηκαν τη χώρα μας έφθασαν τα 7.200.000 και το 1987 ξεπέρασαν τα 8.000.000.

Από τα παραπάνω βλέπουμε ότι υπάρχει μια σημαντική αύξηση της τουριστικής κίνησης τη δεκαετία του 1980, αυτό είχε σαν συνέπεια να υπάρχουν θετικά αποτελέσματα για την εθνική μας οικονομία.

Η ανοδική πορεία που υπήρχε το 1980 συνεχίστηκε και τη δεκαετία του 1990. Το 1990 οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, αυξήθηκαν και έφθασαν τα 9.000.000. Σε αντίθεση με το 1990, το 1991 παρουσιάζεται μια σημαντική κάμψη, αφού οι αφίξεις αλλοδαπών μειώθηκαν κατά πολύ, για πολλούς θεωρείται η χειρότερη τουριστική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό. Η μείωση αυτή οφειλόταν σε πολλούς παράγοντες. Ο σημαντικότερος κατά τη γνώμη πολλών ήταν ο Πόλεμος στον Περσικό Κόλπο. Η κατάσταση επιδεινώθηκε όταν οι Κυβερνήσεις των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας, έδωσαν εντολές στους πολίτες τους να μειώσουν και εάν μπορούν να αποφύγουν τα ταξίδια στην Ανατολική Μεσόγειο. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η ένταση που αναπτύσσεται στο εσωτερικό της Γιουγκοσλαβίας, με σοβαρές συνέπειες στον ελληνικό τουρισμό, γιατί όλες οι εθνικότητες χρησιμοποιούσαν τον οδικό άξονα της πρώην Γιουγκοσλαβίας.

Το 1992, παρατηρείται μια αύξηση, αλλά όχι και τόσο μεγάλη. Οι αφίξεις αλλοδαπών έφθασαν περίπου τις 9.756.012. Η αύξηση αυτή, οφείλεται τόσο στο γεγονός ότι το 1991, ήταν μια πολύ δύσκολη χρονιά για τον Ελληνικό και Διεθνή Τουρισμό, όσο και στο ότι το Πάσχα των Καθολικών ήταν τον Απρίλιο, ενώ το 1991, ήταν το Μάρτιο.

Το 1993 πραγματοποιείται μια μικρή αύξηση στις αφίξεις των τουριστών στην Ελλάδα της τάξης των 9.913.267. Οι εξελίξεις στην πρώην Γιουγκοσλαβία και η διεθνή οικονομική κρίση ήταν τα κυριότερα χαρακτηριστικά που σημάδεψαν την τουριστική κίνηση του 1993. Τους καλοκαιρινούς μήνες και ιδιαίτερα τον Ιούλιο αυτής της χρονιάς, παρουσιάστηκε μια σημαντική αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών λόγω των επιθέσεων των Τούρκων στους Κούρδους με συνέπεια να υπάρχει μια στροφή των ξένων προς την Ελλάδα.

Το 1994 θεωρήθηκε μια από τις καλύτερες χρονιές για τον ελληνικό τουρισμό, αφού οι τουρίστες που επισκέφθηκαν την Ελλάδα έφτασαν τα 11.301.722 σε αυτό βοήθησαν οι αναταραχές στην Τουρκία, στην Αίγυπτο και την πρώην Γιουγκοσλαβία καθώς και ο παράγοντας ΤΙΜΗ, μια και οι Ευρωπαίοι πολίτες αποφάσισαν να ταξιδέψουν παρά τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετώπιζαν.

Σε αντίθεση με το 1994, το 1995 οι αφίξεις αλλοδαπών μειώθηκαν και έφθασαν τα 10.712.145. Για την κρίση αυτή τα αίτια είναι πολλά, όπως:

- Η εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό, ήταν άσχημη και πολλοί τουρίστες πίστευαν, ότι δεν υπήρχε αντιστοιχία τιμών και προσφερομένων υπηρεσιών.

- Η διαφήμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ήταν μικρή και αυτή που γινόταν δεν πραγματοποιούνταν στις σωστές βάσεις.

- Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας, ήταν η υποτίμηση των νομισμάτων των ανταγωνιστριών χωρών (Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία.), με αποτέλεσμα τα ξένα τουριστικά προϊόντα να είναι περισσότερο ανταγωνιστικά.

- Η οικονομική κρίση στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Η πτώση, όμως της τουριστικής κίνησης συνεχίστηκε και για το επόμενο έτος το 1996, η μείωση αυτή σε σχέση με το 1995 έφτασε στο επίπεδο του 8,68%, μια και οι τουρίστες που επισκέφθηκαν τη χώρα μας μειώθηκαν από 10.712.145 σε 9.782.061. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του ΕΟΤ, η ζημιά που σημειώθηκε το 1996, οφείλεται στην ελλιπή υποδομή, την έντονη εποχικότητα, και τη μη σωστή ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών.

Τα συμπεράσματα, που προκύπτουν από όλα όσα αναφέραμε παραπάνω είναι η αύξηση της τουριστικής κίνησης σε όλα τα μέρη του κόσμου, αφού ο τουρισμός των λίγων και πλουσίων μετατράπηκε σε τουρισμό των πολλών και λαϊκών μαζών. Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι οι εξής:

1. Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη στα μέσα μαζικής μεταφοράς.
2. Η ανάπτυξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης.
3. Η αύξηση του κατά κεφαλήν εθνικού εισοδήματος.

4. Η συσσώρευση στα μεγάλα αστικά κέντρα ενός μεγάλου μέρους του πληθυσμού, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι πολίτες να έχουν έντονη την επιθυμία για διακοπές.

5. Η ανάπτυξη των μαζικών κέντρων, τέτοια είναι τα διάφορα σωματεία, και οι ψυχαγωγικές οργανώσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΡΙΣΜΟΣ-ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός είναι μια έννοια, στην οποία μπορούν να δοθούν πολλές ερμηνείες. Ο επικρατέστερος ορισμός αναφέρει σαν τουρισμό την προσωρινή μετακίνηση του ατόμου ή των ατόμων από το χώρο της μόνιμης κατοικίας σε άλλα μέρη για λόγους αναψυχής, διασκέδασης, πνευματικής καλλιέργειας, γνωριμίας των διάφορων λαών, εθίμων και παραδόσεων της ιστορίας των διάφορων τόπων.

Υπάρχει όμως και ο ορισμός που ορίζει σαν τουρισμό τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων με σκοπό την άμεση και έμμεση εξυπηρέτηση των τουριστών.

Από την ανάλυση των δύο ορισμών μπορούμε να συμπεράνουμε ότι χωρίς την ύπαρξη δύο τουλάχιστον γεωγραφικών χώρων δεν μπορεί να υπάρξει τουρισμός. Όταν λέμε δύο γεωγραφικοί χώροι εννοούμε το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης κατοικίας του τουρίστα και εκείνου προς το οποίο θα κατευθυνθεί το άτομο.

Σε αυτό το σημείο όμως θα πρέπει να αναφέρουμε τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την έννοια του τουρισμού. Ένα ουσιαστικό στοιχείο της έννοιας του τουρισμού είναι ο άνθρωπος. Ο άνθρωπος είναι το ον στο οποίο εκδηλώνεται η τάση της διακίνησης για την ικανοποίηση των ψυχικών επιθυμιών και πνευματικών περιεργειών του. Έτσι για να μπορούμε να μιλάμε για τουρισμό το ανθρώπινο στοιχείο είναι απαραίτητο.

Ο σκοπός της ικανοποίησης των ψυχικών επιθυμιών και πνευματικών περιεργειών του ατόμου θεωρείται απαραίτητος για να μπορεί να υπάρχει τουρισμός. Ένας άλλος σκοπός είναι η διακίνηση σε ένα άλλο γεωγραφικό περιβάλλον για θεραπεία ασθένειας, για εργασία, για εκπαίδευση.

Σημαντικό προσδιοριστικό στοιχείο είναι η διακίνηση του ατόμου και μάλιστα όταν αυτή είναι προσωρινή και όχι μόνιμη. Αυτό σημαίνει ότι αν το άτομο δεν θελήσει να επιστρέψει στην μόνιμη κατοικία του, τότε δεν αναφερόμαστε στον τουρισμό αλλά στην μετανάστευση.

Ένα άλλο ουσιαστικό στοιχείο της έννοιας του τουρισμού είναι οι οικονομικές δραστηριότητες. Το άτομο για να μπορέσει να μετακινηθεί θα πρέπει να ικανοποιήσει ορισμένες προϋποθέσεις, οι οποίες θα το επιτρέψουν να μετακινηθεί. Έχει ανάγκη από πληροφορίες που σχετίζονται με τις οικονομικές, κλιματολογικές και γεωγραφικές συνθήκες που επικρατούν στο περιβάλλον του προορισμού του, πληροφορίες για το κλείσιμο ξενοδοχείου ή άλλου καταλύματος, επιλογή μεταφορικού μέσου, κλεισίματος θέσεων στο μεταφορικό μέσο με το οποίο θα μετακινηθεί. Όλες αυτές οι οικονομικές δραστηριότητες δημιουργούνται είτε από κρατική είτε από ιδιωτική πρωτοβουλία (τουριστικά έργα, τουριστικές σχολές). Τέλος οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να αναπτυχθούν είτε στις χώρες προελεύσεως είτε στις χώρες προορισμού.

2.1 Κατηγορίες Τουρισμού

Οι βασικές κατηγορίες τουρισμού είναι ο Μαζικός Τουρισμός, ο Ατομικός Τουρισμός, ο Συνεχής Τουρισμός, ο Εποχικός Τουρισμός, ο Εσωτερικός Τουρισμός και ο Εξωτερικός Τουρισμός.

Το βασικό κριτήριο για τη διάκριση του τουρισμού σε κατηγορίες είναι τα χαρακτηριστικά στοιχεία που τον διακρίνουν.

Μαζικός τουρισμός: Ο Μαζικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που έχει ως κύριο χαρακτηριστικό στοιχείο την συμμετοχή των τουριστών σε ομάδες στην τουριστική δραστηριότητα. Αυτό σημαίνει ότι στον Μαζικό τουρισμό ο τουρίστας εντάσσεται σε ομάδες για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών και είναι υποχρεωμένος να ακούει τις ιδέες και τις απόψεις των πολλών ατόμων και να συμμορφώνεται με τις απόψεις των περισσότερων.

Ο Μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται με το σύστημα GIT που προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες, όπως το κατάλυμα, τον τόπο προορισμού και το μεταφορικό μέσο. Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του είναι το κόστος του ταξιδιού, οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στους τουρίστες, οι φυσικοί πόροι που ο τόπος διαθέτει και όταν λέμε φυσικούς πόρους εννοούμε τον ήλιο, τη θάλασσα, τις καθαρές ακτές κ.α. Τέλος ένας άλλος παράγοντας είναι η απόσταση μεταξύ του τόπου προέλευσης και του τόπου προορισμού των ατόμων.

Ατομικός Τουρισμός: Ο Ατομικός τουρισμός είναι ακριβώς το αντίθετο του Μαζικού τουρισμού, χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού.

Η βάση ανάπτυξης του Ατομικού Τουρισμού είναι το σύστημα ΠΤ, που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στα άτομα τουριστικά πακέτα σχετικά με τον τόπο προορισμού, τα καταλύματα και το μεταφορικό μέσο.

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τον ατομικό τουρισμό είναι απόσταση μεταξύ της χώρας διαμονής και της χώρας προορισμού, η ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων μεταφοράς στη χώρα προορισμού και η δυνατότητα να προσφέρονται όσο το δυνατόν καλύτερα από άποψη προϊόντος και η ποσότητα προϊόντα-υπηρεσίες.

Συνεχής Τουρισμός: Ο Συνεχής Τουρισμός είναι ο τουρισμός που διαρκεί όλο το χρόνο. Οι βασικές μορφές τουρισμού που χαρακτηρίζουν αυτήν την κατηγορία είναι ο Μορφωτικός τουρισμός, ο τουρισμός Πόλης και ο Συνεδριακός τουρισμός.

Εποχιακός Τουρισμός: Ο Εποχιακός τουρισμός είναι αυτός που πραγματοποιείται μόνο κατά τους θερινούς μήνες ή μόνο κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Χαρακτηριστικό στοιχείο αυτής της κατηγορίας είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο. Οι μορφές τουρισμού που τον διακρίνουν είναι ο Χειμερινός τουρισμός και ο τουρισμός των χειμερινών σπορ.

Εσωτερικός Τουρισμός: Όταν λέμε Εσωτερικό τουρισμό εννοούμε τον τουρισμό που γίνεται από τον ντόπιο πληθυσμό της χώρας. Απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξης του Εσωτερικού τουρισμού είναι να δημιουργηθούν τα κατάλληλα οικονομικά μέσα φιλοξενίας. Άλλη μια σημαντική προϋπόθεση είναι η βελτίωση και ανάπτυξη των μέσων

συγκοινωνίας, έτσι ώστε οι ντόπιοι τουρίστες να μπορούν να μετακινηθούν εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια.

Εξωτερικός Τουρισμός: Ο Εξωτερικός τουρισμός, σε αντίθεση με τον Εσωτερικό είναι αυτός που πραγματοποιείται από τα άτομα που μένουν μόνιμα σε μία χώρα και κάνουν τις διακοπές τους σε μία άλλη για μικρό χρονικό διάστημα. Αυτό σημαίνει ότι όλες οι χώρες έχουν εξωτερικό τουρισμό, όταν μόνιμοι κάτοικοι από άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους τους επισκέπτονται.

2.2 Βασικές Εντολές του Τουρισμού

Υπάρχουν δέκα βασικές εντολές τουρισμού όπου περικλείουν όλο το κύκλωμά του. Αυτές είναι:

1. Η προσέλκυση τουριστών, που γίνεται κυρίως με τη διαφήμιση της φυσικής ομορφιάς της χώρας, της πολιτιστικής κληρονομιάς, της ησυχίας, της άνεσης που παρέχεται κ.τ.λ.
2. Η κράτηση δωματίων σε κάθε είδους καταλύματα, που πρέπει να γίνεται, όπως ακριβώς διαφημίζεται.
3. Η μεταφορά τουριστών στη χώρα προορισμού, που πρέπει να είναι άνετη, σύντομη και ασφαλής.
4. Η άφιξη των τουριστών, που συμπεριλαμβάνει την ακριβή ώρα αναχώρησης και άφιξης σ' ένα τόπο, την υποδοχή από το τουριστικό πράκτορα, την διευκόλυνσή τους κ.τ.λ.

5. Η στέγασή τους στα σωστά καταλύματα.
6. Η ενδιαίτησή τους, όταν έτσι έχει συμφωνηθεί.
7. Η τουριστική διακίνησή τους με τα δημόσια ή ιδιωτικά μέσα μεταφοράς, χερσαία, θαλάσσια ή εναέρια.
8. Η ψυχαγωγία τους με προγραμματισμένες εκδρομές, περιηγήσεις και επισκέψεις σε αρχαιολογικούς ή ιστορικούς τόπους κ.τ.λ.
9. Η μορφωτική απασχόλησή τους, δηλαδή η προγραμματισμένη επίσκεψη συναυλιών, εκθέσεων, διαλέξεων κ.τ.λ.
10. Το εμπόριο λαϊκής τέχνης, που εδώ περιοριστικά εννοείται η λαϊκή πώληση ειδών λαϊκής τέχνης.

2.3 ΕΟΤ: Έννοια - Ορισμός

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) είναι ένας οργανισμός μέσω του οποίου το κράτος ασκεί άμεσα ή έμμεσα την κρατική τουριστική πολιτική του.

Ο Ε.Ο.Τ έχει ως σκοπό την άσκηση της εθνικής τουριστικής πολιτικής, της τουριστικής στατιστικής, της διαφήμισης και γενικά της ανάπτυξης και προώθησης του τουρισμού στην Ελλάδα.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ιδρύθηκε με τον Α.Ν 1665/50

και είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου με έδρα την Αθήνα. Ελέγχεται και εποπτεύεται από το υπουργείο Τουρισμού.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) διοικείται από 9 μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, τα οποία είναι ο πρόεδρος, ο Γενικός Γραμματέας του Ε.Ο.Τ και επτά μέλη. Μετά από απόφαση του Υπουργού Εθνικής Οικονομίας η οποία δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου διορίζονται για τρία χρόνια.

Εσωτερική Διάρθρωση του Ε.Ο.Τ:

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού διαρθρώνεται ως εξής:

α) Κεντρική Υπηρεσία

Η Κεντρική Υπηρεσία του Ε.Ο.Τ αποτελείται από τα εξής τμήματα :

- 1) Γενική Διεύθυνση Τουριστικής Ανάπτυξης
- 2) Υπηρεσία Διοικήσεως και Διαχειρίσεως
- 3) Γραφείο Νομικού Συμβουλίου
- 4) Γραφείο Διεθνών Σχέσεων και
- 5) Γραφείο Μελετών και προγραμματισμού.

2.4 Αρμοδιότητες Ε.Ο.Τ

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού να εκτελεί και να εποπτεύει έργα τουριστικής υποδομής και ανάπτυξης. Επίσης καταρτίζει και εκτελεί προγράμματα τουριστικής προβολής της χώρας στο εσωτερικό και το εξωτερικό. Μια άλλη αρμοδιότητα του Ε.Ο.Τ, είναι η υλοποίηση της τουριστικής πολιτικής που η κυβέρνηση χαράζει.

Ο Ε.Ο.Τ είναι να ελέγχει τις τουριστικές εγκαταστάσεις και

δραστηριότητες, έτσι ώστε να μην υπάρχουν προβλήματα και παράπονα από τους τουρίστες γι' αυτό το λόγο πολλές φορές κατασκευάζει καινούριες τουριστικές εγκαταστάσεις. Τέλος, μια σημαντική αρμοδιότητα και ίσως η κυριότερη είναι να εισηγείται προτάσεις στην Κυβέρνηση για τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής.

2.5 Τουριστικοί Όροι

Στις καθημερινές σχέσεις και συναλλαγές, στον τουριστικό χώρο, χρησιμοποιούνται όροι, ξενικής προέλευσης, οι οποίοι όμως έχουν επικρατήσει διεθνώς και είναι φυσικό να μην είναι γνωστοί στο ευρύ κοινό.

Γι' αυτό κρίνουμε σκόπιμο να συμπεριλάβουμε και ερμηνεύσουμε τους πιο συνηθισμένους από τους όρους αυτούς στην ύλη αυτής της εργασίας:

- **ALLOTMEMENT** (Αλλότμεντ): Έτσι ονομάζεται η ειδική συμφωνία που συνάπτεται μεταξύ ξενοδόχων και Τουριστικών Γραφείων ή ταξιδιωτικών οργανισμών, κατά την οποία εναλλάσσονται πελάτες π.χ. το Α τουριστικό γραφείο συμφωνεί με το Β ξενοδοχείο να αποστέλλει γκρουπ από 100 τουρίστες ανά 15νήμερο από 1 Απριλίου μέχρι 31 Οκτωβρίου.
- **ACCOMODATION** (Ακομοντέισον): Κατάλυμα γενικώς.
- **AUTO-STOP** (Οτο στοπ): Είναι το σύστημα μετακίνησης που χρησιμοποιούν πολλοί τουρίστες, κυρίως νεαρής ηλικίας, οι οποίοι στερούνται οικονομικών πόρων για την καταβολή του αντιτίμου του εισιτηρίου στα μεταφορικά μέσα που εκτελούν συγκοινωνίες. Με το σύστημα αυτό μετακινούνται με ιδιωτικής χρήσης μεταφορικά μέσα, τα οποία τους παραλαμβάνουν κατόπιν παρακλήσεως από διάφορα σημεία των οδών.

- **BUNGALOWS** (Μπάγκαλόους): Ο όρος είναι ινδικής προέλευσης και σημαίνει σπίτι ενός ορόφου κατασκευασμένο από ξύλο. Στην τουριστική ορολογία BUNGALOWS ονομάζονται τα δωμάτια (οικίσκοι) που πλαισιώνουν τα ξενοδοχεία τύπου «MOTEL». Οι οικίσκοι αυτοί μπορεί να είναι του ενός ή και περισσότερων δωματίων και είναι κατασκευασμένοι από συνήθη υλικό.
- **BILL** (Μπιλ): Λογαριασμός.
- **CAMPING** (Κάμπινγκ): Έτσι ονομάζονται στη διεθνή τουριστική ορολογία οι χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης.
- **CASH** (Κας): Χρήματα σε μετρητά.
- **CHECK** (Τσεκ): Επιταγή.
- **CAFETERIA** (Καφετέρια): Είναι εστιατόριο στο οποίο οι πελάτες σερβίρονται μόνοι τους.
- **CAPACITY** (Καπάσιτι): Δυναμικότητα ξενοδοχείου.
- **CONTRACT** (Κόντρακτ): Σύμβαση - Συμβόλαιο.
- **CRUISE** (Κρουζ): Κρουαζιέρα.
- **CHARTER** (Τσάρτερ): Ειδική ναύλωση αεροσκάφους από τουριστικά γραφεία ή άλλους μεταφορικούς οργανισμούς, για τη μεταφορά πελατών τους με μικρότερο από το κανονικό ναύλο.
- **DEPARTURE** (Ντιπάρτσιουρ): Αναχώρηση.
- **GROUP** (Γκρουπ): Ομάδα τουριστών.
- **HIGH SEASON** (Χάι σίζον): Περίοδος τουριστικής αιχμής.
- **LOW SEASON** (Λόου σίζον): Περίοδος με χαμηλή τουριστική κίνηση.
- **MORT SEASON** (Μορτ σίζον): Νεκρή τουριστική περίοδος.
- **HOTEL** (χοτέλ): Ξενοδοχείο συνήθους μορφής.

- **MOTEL** (Μοτέλ): Ο όρος αυτός προέρχεται από τη σύνθεση **MOTOR HOTEL**. Στην ξενοδοχειακή γλώσσα πρόκειται για ξενοδοχείο ειδικής κατασκευής, για την εξυπηρέτηση κυρίως πελατών, που μετακινούνται με αυτοκίνητα I.X.
- **LIST** (Λιστ): Κατάλογος.
- **MAIN COURANTE** (Μεν Κουράντ): Βιβλίο ημερήσιας κινήσεως και χρήσεως των πελατών του ξενοδοχείου.
- **NIGHTS** (Νάιτς): Διανυκτερεύσεις.
- **PENSION** (Πανσιόν): Έτσι ονομάζονται τα οικοτροφεία.
- **PULL – PUSH** (Πουλ- Πους): Οι λέξεις αυτές συνήθως γράφονται στις πόρτες εισόδου για να δείξουν τη φορά που ανοίγουν και κλείνουν αυτές. **PULL** σημαίνει «έλξατε» και **PUSH** «ωθήσατε».
- **RECEPTION** (Ρεσεψιόν): Είναι ο χώρος υποδοχής και τακτοποίησης των πελατών του ξενοδοχείου.
- **ROOM SERVICE** (Ρουμ σέρβις): Έτσι λέγεται η εξυπηρέτηση των πελατών που προσφέρεται εντός του δωματίου τους. Σερβίρισμα ποτών, πρωινών κ.τ.λ.
- **SERVICE** (σέρβις): Υπηρεσία, εξυπηρέτηση.
- **TABLE D'HOTE** (Ταμπλ ντοτ): Είναι μια σειρά φαγητών τα οποία προσφέρονται σε κάθε γεύμα με προκαθορισμένη τιμή. Η σύνθεση του ταμπλ ντοτ και η τιμή στην οποία προσφέρεται αυτό, καθορίζεται με αγορανομική διάταξη.
- **TOURIST COUPONS** (Τούριστ κούπονς): Πρόκειται για ειδικά κουπόνια ή κάρτες με τις οποίες εφοδιάζονται όσοι χαρακτηρίζονται τουρίστες και έχουν δικαίωμα εφοδιασμού βενζίνης για ορισμένο χρονικό διάστημα σε χαμηλότερη τιμή από εκείνη που προσφέρεται στο ελεύθερο εμπόριο.

- **OVER BOOKING** (Οβερ μπούκινγκ): Ο όρος αυτός σημαίνει τι κλείσιμο σε ορισμένη περίοδο, περισσοτέρων δωματίων απ' όσα διαθέτει το ξενοδοχείο.
- **ROOMING LIST** (Ρούμινγκ λιστ): Είναι ονομαστική κατάσταση πελατών ξενοδοχείου στην οποία αναγράφεται ο αριθμός του δωματίου στο οποίο διαμένουν και ο αριθμός των διανυκτερεύσεων.
- **SWIMMING POOL** (Σουίμινγκ πουλ): Πισίνα κολύμβησης.
- **COMMISION** (Κομίσιον): Προμήθεια από την μεσολάβηση για τη σύναψη συμφωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Αν και ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικότερο παράγοντα της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής ανάπτυξης της χώρας μας, δυστυχώς έχει υποβιβασθεί σε μέσο υπερέκμετάλλευσης του ανθρώπου, του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, με συνέπεια τη βάνανυση παραμόρφωση της εθνικής μας τουριστικής εικόνας.

Η ανοργάνωτη και ασυντόνιστη οικιστική επέκταση, οι βιομηχανικές και λατομικές δραστηριότητες που άναρχα αναπτύχθηκαν στο νομό και ο τουρισμός σαν μέσο μεγάλου και γρήγορου κέρδους, επιβαρύνουν σε μεγάλο βαθμό την ήδη, διαταραγμένη ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Έχει ξεκινήσει μια προσπάθεια νοικοκυρέματος της χρήσης γης και ολοκλήρωση του χάρτη χρήσης γης για όλο το νομό που επιφέρει περιβαλλοντική αναβάθμιση και οικονομική ανάπτυξη.

Για την αξιοποίηση του τουρισμού προτείνονται οι τουριστικές επενδύσεις να διαπνέονται από πνεύμα σύνδεσης, επένδυσης με το περιβάλλον, οι συνθήκες καθαριότητας στα τουριστικά καταλύματα να βελτιωθούν, οι ξενοδόχοι και όσης φύσης ιδιοκτήτες τουριστικών καταλυμάτων να ενεργοποιηθούν σε θέματα ποιότητας υπηρεσιών, και να δημιουργηθούν σχολές για την ανάπτυξη του επαγγελματισμού.

Τέλος, η προστασία περιβάλλοντος-τουρισμού απαιτεί η οικονομική ανάπτυξη να γίνεται με συμμετοχικές διαδικασίες κοινωνικού ελέγχου γιατί

ο καλύτερος φρουρός των συμφερόντων του κοινωνικού συνόλου είναι ο ίδιος ο πολίτης που η συγκεκριμένη οικονομική ανάπτυξη τον αφορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η ποιότητα του ελληνικού προϊόντος σε όλες του τις εκφράσεις, επηρεάζει τη ζήτησή του και αποτελεί στρατηγικής σημασίας παράγοντα για το σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής. Το τουριστικό προϊόν είναι ένα πολυσύνθετο προϊόν και, συνεπώς, η ποιότητά του είναι η συνισταμένη της ποιότητας των επιμέρους συστατικών του.

Στην Ελλάδα, η ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δεν βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Ευθύνη για την χαμηλή ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος όσο το κράτος όσο και οι ιδιώτες που απασχολούνται στον κλάδο. Η κρατική, όμως, ευθύνη είναι μεγαλύτερη, διότι το κράτος είναι υπεύθυνο όχι μόνο για την κατάσταση της γενικής υποδομής στον τομέα του τουρισμού, αλλά και για την εποπτεία και για τον έλεγχο σε όλο το φάσμα των τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και για την ανεπάρκεια του υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου για την προστασία των καταναλωτικών τουριστικών υπηρεσιών από κάθε μορφής αισχροκέρδειες και εξαπατήσεις.

Ο τουρισμός ως οικονομική δραστηριότητα συμβάλλει αισθητά στη βελτίωση της ευημερίας των λαών σε παγκόσμιο επίπεδο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού, η ταξιδιωτική-τουριστική δραστηριότητα συνιστά το μεγαλύτερο κλάδο παραγωγής και εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύει το 12% περίπου της ιδιωτικής κατανάλωσης, το 7% της συνολικής παγκόσμιας απασχόλησης και το 6% του παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος. Για την Ελλάδα παρόλο που δεν

υπάρχουν ακριβή στοιχεία τα ποσοστά αυτά είναι πιθανότατα υψηλότερα. Ακριβώς γι' αυτόν το λόγο είναι επιτακτική η ανάγκη να ληφθούν μέτρα που θα στοχεύουν στην αναβάθμιση της ολικής ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην αναστροφή του αρνητικού κλίματος που έχει διαμορφωθεί.

Η ύπαρξη, των μοναδικών, σχεδόν, στον κόσμο τουριστικών, όπως τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, τα νησιώτικά συμπλέγματα, η περιβαλλοντική ποικιλία κ.α. αποτελούν -και θα εξακολουθήσουν να αποτελούν- μαγνήτες για την προσέλκυση σοβαρού αριθμού τουριστών. Η παρουσία τους, όμως, και μόνο, δεν αρκεί πλέον για την αντιμετώπιση της φθίνουσας τουριστικής ζήτησης που παρατηρείται τα τελευταία έτη, (και πολύ περισσότερο για την αύξησή της. Η ποιότητα και η ποικιλία των προσφερόμενων υπηρεσιών προσδιορίζουν τόσο το μέγεθος της ζήτησης όσο και την κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη. Αυτά είναι τα στοιχεία, στα οποία πρέπει η πολιτεία, αλλά και οι ιδιωτικοί φορείς που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό τομέα, να επικεντρώσουν την προσοχή τους και να επιδιώξουν την αναβάθμισή τους, ώστε να πάψουν να ακούγονται καταγγελίες και παράπονα των αλλοδαπών τουριστών που φτάνουν να μας χαρακτηρίζουν ακόμα και ως αφιλόξενο λαό. Είναι χαρακτηριστικά τα αποτελέσματα των πρόσφατων ερευνών - μελετών για επίπεδο ολικής ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, όπως το ζει και το αντιλαμβάνεται ο αλλοδαπός τουρίστας που, φτάνει στη χώρα μας. Η πρώτη μελέτη είναι η "Έρευνα για τον προσδιορισμό των Χαρακτηριστικών των Αλλοδαπών Τουριστών" που εκπονήθηκε από ομάδα ερευνητών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης υπό την επίβλεψη του καθηγητή κ. Δ.Π. Ψωινού και τα αποτελέσματά της ως προς

την ποιότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι ιδιαίτερα αποκαρδιωτικά.

Δεν υπάρχει ούτε μια διάσταση ποιότητας για την οποία οι αλλοδαποί τουρίστες να εκφράζουν μεγάλη ικανοποίηση σε ποσοστό έστω και 50%, με αποκορύφωμα το υψηλό ποσοστό (89%) των δυσαρεστημένων από τις συνθήκες υγιεινής τις μεταφορές και τις επικοινωνίες. Οι υποβαθμισμένες συνθήκες υγιεινής είναι ενδεικτικές της αδιαφορίας και της έλλειψης επιχειρηματικού πνεύματος της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, αλλά και της απουσίας του κράτους.

Σε ανάλογα συμπεράσματα καταλήγει και η δεύτερη έρευνα, "Μελέτη για την Αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού" που εκπονήθηκε από την Εταιρία Συμβούλων Herewith Consulting. Η έλλειψη γενικής υποδομής και η ανεπάρκεια των συνθηκών υγιεινής είναι οι κύριες διαπιστώσεις των αλλοδαπών τουριστών. Επίσης, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ασύμφορη την τιμή για την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών, ενώ το 50% αυτών θεωρεί την Ελλάδα αφιλόξενη χώρα φθηνού προορισμού.

Τα σχεδόν εγγενή μειονεκτήματα του ελληνικού τουρισμού μπορούν να αντιμετωπισθούν ριζικά μόνο με το σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας μακροχρόνιας αναπτυξιακής τουριστικής πολιτικής. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένα βραχυχρόνια μέτρα χωρίς υψηλό κόστος, τα οποία μπορούν να αποφέρουν άμεσα και θεαματικά αποτελέσματα. Τα μέτρα αυτά αφορούν κυρίως τις ανεργίες της κρατικής εξουσίας, αφού θεωρούμε αυτονόητο ότι η ιδιωτική πρωτοβουλία προσαρμόζεται και λειτουργεί με βάση το μακροπρόθεσμο συμφέρον της. Έτσι, λοιπόν, πρέπει:

1. Να αλλάξει ο τρόπος - δημοπράτησης για τα κρατικής ιδιοκτησίας κυλικεία, περίπτερα, εστιατόρια, ξενοδοχεία. Η ανάθεση να γίνει με αυστηρές προδιαγραφές υγιεινής και αισθητικής, καθώς και με καθορισμό ανωτάτων τιμών.
2. Να ιδιωτικοποιηθούν τα κρατικά "ΞΕΝΙΑ" που σήμερα αποτελούν πρότυπα προς αποφυγή.
3. Να γίνει νέα κατάταξη όλου του φάσματος των καταλυμάτων με ουσιαστικά κριτήρια και όχι μόνο με τετραγωνικά μέτρα.
4. Να πάψει ο Ε.Ο.Τ να έχει οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο ρόλος του να επικεντρωθεί στην επιθεώρηση και στον ουσιαστικό έλεγχο όλων των δραστηριοτήτων στον τουριστικό τομέα.
5. Να σχεδιασθεί από την αρχή και να εφαρμοσθεί το κατάλληλο πλαίσιο προστασίας του τουρίστα και γενικότερα του πολίτη με την συνδρομή μιας αναβαθμισμένης και εκπαιδευμένης τουριστικής αστυνομίας.
6. Να αναβαθμιστούν οι πύλες εισόδου στη χώρα μας με άμεσες επεμβάσεις και χαμηλό, σχετικά, κόστος, διότι εκεί δημιουργούνται οι πρώτες θετικές και αρνητικές εντυπώσεις.
7. Να αντιμετωπισθεί και να παταχθεί η αγενής και ληστρική δράση των ταξιτζήδων που τόσο δυσφημούν τη χώρα μας στο εξωτερικό.

8. Να εκλείψουν τα ανασκαπτικά έργα της Δ.Ε.Η, του Ο.Τ.Ε και άλλων κοινωφελών οργανισμών στις πόλεις και σε τουριστικές περιοχές.

Η αντιμετώπιση των προβλημάτων του τουριστικού τομέα και αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών έχουν απλές και αυτονόητες λύσεις, που όμως συχνά θυσιάζονται στο βωμό των σκοπιμοτήτων και των πελατειακών σχέσεων.

Η διεθνής εμπειρία διδάσκει ότι οι υψηλές ποινές και η ταχεία επιβολή τους έχουν ισχυρό αποτέλεσμα διαπαιδαγώγησης. Πρέπει να γίνουν εκείνες οι θεσμικές μεταρρυθμίσεις, οι οποίες θα οδηγήσουν στην αφύπνιση της κοινωνίας με ευνοϊκές επιδράσεις, όχι μόνο στον τουρισμό, αλλά και στην ποιότητα της ζωής μας γενικότερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

5.1. Τουριστικά Γραφεία Νόμος 393/1976

Τουριστικά γραφεία σύμφωνα με την έννοια του παρόντος Νόμου (393/1976) είναι μόνιμα οργανωμένες επιχειρήσεις, οι οποίες με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αναλαμβάνουν τη μεταφορά ή διακίνηση ή διανομή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ατόμων εντός ή εκτός της χώρας.

Οι εργασίες που προσφέρουν γενικά τα τουριστικά γραφεία, σύμφωνα με την παραπάνω παράγραφο, είναι οι εξής:

- Η διαμεσολάβηση για έκδοση διαβατηρίων, πλην εκείνων που προορίζονται για μετανάστευση.
- Η παραλαβή και αποστολή αποσκευών, εφ' όσον αυτό ζητηθεί από ημεδαπό ή αλλοδαπό περιηγητή.
- Η κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων, εντός και εκτός της χώρας, με ιδιόκτητο ή μισθωμένο για το σκοπό αυτό μεταφορικό μέσο ή δημόσιας χρήσης θαλάσσιο, αεροπορικό ή χερσαίο μέσο.
- Η μεσολάβηση για να εξασφαλιστεί ή να ενοικιαστεί για τους πελάτες τους κατάλυμα ύπνου, φαγητού, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- Η μεσολάβηση για έκδοση εισιτηρίων με κάθε μεταφορικό μέσο.

- Η διαμεσολάβηση για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων και
- Η παροχή κάθε άλλης υπηρεσίας, που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό.

5.1.1. Τουριστικά Γραφεία: Ορισμός- εξέλιξη Τουριστικών Γραφείων

Τα Τουριστικά Γραφεία είναι επιχειρήσεις που προσφέρουν στον πελάτη και στον ταξιδιώτη κάθε είδος ειδικών και προσωπικών υπηρεσιών, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν απλές ταξιδιωτικές συμβουλές και τον σχεδιασμό ενός πολύπλοκου ταξιδιού (μεταφορικά μέσα, καταλύματα, ενδιάμεσους σταθμούς κ.ά.

Αντικείμενο δραστηριότητας των τουριστικών γραφείων είναι η ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών που μπορεί να προκύψουν κατά τη διακίνηση των τουριστών είτε στη χώρα της μόνιμης διαμονής είτε στη χώρα προορισμού.

Τα τουριστικά γραφεία που λειτουργούσαν στην Ελλάδα πριν τη δεκαετία του 1940 ήταν πολύ λίγα, τα περισσότερα όμως έκλεισαν με τον πόλεμο το 1940. Το 1950 άρχισαν να λειτουργούν τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία με κύρια δραστηριότητα το μεταναστευτικό τουρισμό προς όλες τις Ηπείρους του κόσμου και ιδιαίτερα στην Ευρώπη και την Αμερική. Το 1955 η Ελλάδα αρχίζει την συνεργασία της με την Ανατολική Ευρώπη και την δεκαετία του 1970 με τις Αραβικές χώρες. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του κράτους στη δεκαετία του 1950 στην Αθήνα λειτουργούσαν είκοσι (20) ταξιδιωτικοί πράκτορες που βοήθησαν στη στροφή από τον

περιηγητικό τουρισμό των λίγων και πλουσίων στον τουρισμό των πολλών δηλαδή τον Μαζικό Τουρισμό.

Οι πρώτες ομάδες τουριστών που έφθασαν στην Ελλάδα ήταν φοιτητές του Πανεπιστημίου της Σορβόνης. Οι τουρίστες αυτοί ταξίδεψαν με τρένο μέχρι την Ιταλία και από εκεί με πλοίο μέχρι τον Πειραιά. Η μετακίνηση των τουριστών με αεροπλάνα μπορεί να ήταν και είναι η ταχύτερη αλλά είναι ακριβότερη σε σχέση με τα υπόλοιπα μεταφορικά μέσα.

Με την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού η αύξηση των τουριστικών γραφείων έγινε απαραίτητη. Επίσημα στοιχεία του Κράτους έδειξαν ότι η αύξηση αυτή ήταν πολύ μεγάλη και πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα τα τουριστικά γραφεία έφθασαν τα 4446, όπου στην Αθήνα λειτουργούν το 39% των γραφείων, το 7,5% στην Κρήτη, το 9% στη Θεσσαλονίκη, το 7,0% στην Κέρκυρα, το 0,7% στην Χαλκιδική, το 3% στη Ρόδο και το υπόλοιπο 33,7% στην υπόλοιπη Ελλάδα.

5.1.2 Διακρίσεις Τουριστικών Γραφείων

Τα Τουριστικά Γραφεία διακρίνονται σε:

- Τουριστικά Γραφεία Γενικού Τουρισμού. Αυτά προσφέρουν όλες τις εργασίες που αναφέραμε πιο πάνω.
- Τουριστικά Γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού. Αυτά προσφέρουν υπηρεσίες μόνο σε ημεδαπούς, δηλαδή:

1. Καταρτίζουν και εκτελούν προγράμματα εκδρομών και περιηγήσεων εντός της χώρας, με ιδιότητα ή μισθωμένα

για τον σκοπό αυτό μεταφορικά μέσα ή δημόσιας χρήσης θαλάσσια, αεροπορικά ή χερσαία μέσα.

2. Διαμεσολαβούν για να διασφαλιστεί κατάλυμα ύπνου, φαγητού, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης μόνο για εντός της χώρας.
3. Μεσολαβούν για έκδοση εισιτηρίων με κάθε είδος δημοσίας χρήσης μεταφορικού μέσου μόνο για εντός της χώρας.

Για να λειτουργήσει το Τουριστικό Γραφείο, απαιτείται ειδική άδεια, η οποία χορηγείται κατόπιν απόφασης του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ.

Η Τουριστική Αστυνομία είναι υπεύθυνη σχετικά με τον έλεγχο των τουριστικών γραφείων. Έτσι εφ' όσον διαπιστώσει σχετική παράβαση αυτών, αμέσως πρέπει να κάνει έγγραφη ενημέρωση του Ε.Ο.Τ.

5.1.3 Βασικές Υπηρεσίες που τα Τουριστικά Γραφεία προσφέρουν

Οι υπηρεσίες που τα τουριστικά γραφεία προσφέρουν είναι πολλές και σημαντικές. Είναι υπηρεσίες που διευκολύνουν τον πελάτη-ταξιδιώτη και τον βοηθούν στην ικανοποίηση των τουριστικών επιθυμιών και αναγκών. Κάθε χρόνο όλο και περισσότεροι τουρίστες πραγματοποιούν τις διακοπές τους σύμφωνα με τις συμβουλές και τις οδηγίες των τουριστικών γραφείων.

Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε από το ICAP, οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τα ταξιδιωτικά γραφεία ικανοποιούν τον τουρίστα.

Οι κυριότερες υπηρεσίες που προσφέρουν τα τουριστικά γραφεία είναι οι εξής:

1. Φροντίζουν για την ενοικίαση καταλύματος (ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια), ακόμα φροντίζουν για την σίτιση και ψυχαγωγία των τουριστών.
2. Εξασφαλίζουν για τους πελάτες-τουρίστες τους αυτοκίνητο ή μηχανάκι για ορισμένο χρονικό διάστημα στον τόπο προορισμού τους. Γι' αυτό το λόγο συνεργάζονται με εταιρίες ενοικιάσεων αυτοκινήτων.
3. Έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν πολυήμερες ή μονοήμερες εκδρομές σε διάφορα τοπία της χώρας ή στο εξωτερικό, ακόμα πραγματοποιούν ομαδικά ταξίδια.
4. Διοργανώνουν συνέδρια για λογαριασμό συλλόγων και εταιριών.
5. Διοργανώνουν ταξίδια για τις επιχειρήσεις που προσφέρουν στα στελέχη τους και στους συνεργάτες τους δωρεάν ταξίδια.
6. Διανέμουν εισιτήρια στους πελάτες τους για καλλιτεχνικές εκδηλώσεις που διενεργεί ο ΕΟΤ. Παρέχουν πληροφορίες για αθλητικές εκδηλώσεις.
7. Βοηθάνε στην έκδοση διαβατηρίων και στην παραλαβή και αποστολή αποσκευών των Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών.
8. Δίνουν αντικειμενικές συμβουλές στους πελάτες για την εξυπηρέτησή τους προκειμένου να πραγματοποιήσουν τα ταξίδια τους.

5.2 ΕΙΔΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΛΕΩΦΟΡΕΙΑ ΝΟΜΟΣ 1437/84

5.2.1 Γενικά – Ορισμός Τουριστικών Λεωφορείων

Το μεταφορικό έργο των Ειδικών Τουριστικών Λεωφορείων (πούλμαν) συνίσταται στη μεταφορά προσώπων και των αποσκευών τους αντί αμοιβής, καθορίζονται δε ως ακολούθως:

1. Μεταφορά προσώπων με τις αποσκευές τους σε οργανωμένες εκδρομές εντός και εκτός της χώρας.
2. Μεταφορά προσώπων και των αποσκευών τους από αεροδρόμια, λιμάνια και σιδηροδρομικούς σταθμούς σε ξενοδοχεία, αρχαιολογικούς χώρους και αντίθετα.
3. Μεταφορά προσώπων για θαλάσσια λουτρά, με μέριμνα και ευθύνη των Τουριστικών Γραφείων που λειτουργούν νόμιμα, κατά το χρονικό διάστημα από 1ης Ιουνίου μέχρι 15 Οκτωβρίου.
4. Μεταφορά αλλοδαπών εντός και εκτός της χώρας για λογαριασμό αλλοδαπού Τουριστικού Γραφείου και βάσει έγγραφης συμφωνίας, που έχει κοινοποιηθεί στον Ε.Ο.Τ. Σ' αυτή την περίπτωση το μίσθωμα καταβάλλεται σε συνάλλαγμα και κατατίθεται σε μια αναγνωρισμένη Ελληνική Τράπεζα.

Η άδεια τουριστικού λεωφορείου ανακαλείται με απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ. Όλα τα ειδικά τουριστικά λεωφορεία πρέπει να είναι ασφαλισμένα σε αναγνωρισμένες ασφαλιστικές εταιρείες και η ασφάλεια θα καλύπτει τόσο το όχημα, όσο και τους επιβάτες που μεταφέρει.

5.2.2 Υποχρεώσεις Τουριστικών Λεωφορείων

Οι υποχρεώσεις των Τουριστικών Λεωφορείων απέναντι στους τουρίστες- πελάτες είναι οι εξής:

1. Στα λεωφορεία που πραγματοποιούν εκδρομές στο εξωτερικό, θα επιβαίνει υποχρεωτικά γλωσσομαθής συνοδός του τουριστικού γραφείου και δεύτερος οδηγός.

2. Στα λεωφορεία που πραγματοποιούν εκδρομές στο εσωτερικό, θα επιβαίνει συνοδός, διπλωματούχος ξεναγός, όταν στο πρόγραμμα της εκδρομής περιλαμβάνεται και ξενάγηση.

3. Τα προγράμματα των εκδρομών πρέπει να είναι σαφή και λεπτομερή.

4. Οι συνοδοί, ξεναγοί, οδηγοί και συνοδηγοί, οφείλουν να σέβονται τις επιθυμίες των επιβατών-εκδρομέων σχετικά με την ένταση και είδος της μουσικής ή ακόμα με την λειτουργία ή μη του ραδιομαγνητοφώνου, η δε συμπεριφορά τους είναι υποδειγματική.

5. Στα προγράμματα των οργανωμένων "γύρων" πρέπει να αφήνεται χρόνος στη διάθεση των τουριστών για την αγορά ειδών λαϊκής τέχνης και να αναγράφεται στο πρόγραμμα ως "SHOPPING". Το "SHOPPING" πρέπει να πραγματοποιείται βάσει του προγράμματος του Τουριστικού Γραφείου στις αγορές, εκεί δηλαδή που υπάρχει ομάδα-σειρά ομοειδών καταστημάτων κάθε τύπου, που επισκέπτονται οι εκδρομείς και όχι σε μεμονωμένα και πάντοτε τα ίδια καταστήματα ή κέντρα, ώστε να

παρέχεται η ευχέρεια στους τουρίστες, να επιλέγουν τα καταστήματα ή τα κέντρα της προτίμησής τους.

6. Απαγορεύεται ρητά η υπόδειξη καταστημάτων ή κέντρων από τους ξεναγούς, οδηγούς ή συνοδηγούς.

Η παράβαση των πιο πάνω όρων θα συνεπάγεται την επιβολή των προβλεπόμενων διοικητικών κυρώσεων άρθρου 15 του Νόμου 711/77 και των ποινικών κυρώσεων άρθρου 458 κατά των υπευθύνων του Τουριστικού Γραφείου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

6.1. Γενικά

Ο τουρισμός είναι ένας τομέας, που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την οικονομία μιας χώρας, είτε θετικά, όταν η τουριστική κίνηση κυρίως κατά τους θερινούς μήνες είναι υψηλή, με αποτέλεσμα η εισροή συναλλάγματος από τους τουρίστες που έρχονται στη χώρα να είναι αρκετά μεγάλη, είτε αρνητικά, όταν η τουριστική κίνηση είναι χαμηλή.

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη της οικονομίας μας μιας και έχει τη δυνατότητα να απασχολεί ένα μεγάλο μέρος από τον πληθυσμό που είναι σε θέση να προσφέρει. Έτσι παρατηρούμε μία στροφή προς το νέο αυτό κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας.

Επίσης, ο τουρισμός είναι μια πλουτοπαραγωγική πηγή, η οποία έχει σημαντικές επιπτώσεις στο εθνικό εισόδημα, στα ατομικά εισοδήματα, την παραγωγική διαδικασία, στα δημόσια έσοδα κ.ά.

Έχει διαπιστωθεί ότι μπορεί να επιδρά θετικά ή αρνητικά σε διάφορα οικονομικά μεγέθη όπως εθνικό εισόδημα, ισοζύγιο πληρωμής κ.ά, επίσης και σε ορισμένα άλλα οικονομικά ή κοινωνικά φαινόμενα, όπως για παράδειγμα κατανομή εισοδήματος σε διάφορες περιοχές της χώρας.

6.2. Επιρροή του Τουρισμού στο Εθνικό Εισόδημα

Εισόδημα είναι το σύνολο των αμοιβών που εισπράττουν οι ατομικές οικονομίες για τις υπηρεσίες που παρέχουν στην παραγωγική διαδικασία. Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι Εθνικό Εισόδημα, ορίζεται το συνολικό άθροισμα των εισοδημάτων ενός έθνους.

Ενώ, σε ότι έχει σχέση με το Εθνικό Τουριστικό Εισόδημα οι απόψεις είναι πολλές και διαφορετικές, εμείς σας δίνουμε δύο (2) ορισμούς.

Έτσι σύμφωνα με την πρώτη άποψη, σαν εθνικό τουριστικό εισόδημα θεωρείται εκείνο το μέρος του συνολικού εθνικού εισοδήματος, που πραγματοποιείται από τον τομέα του τουρισμού.

Ο δεύτερος ορισμός, σαν εθνικό τουριστικό εισόδημα ορίζει το σύνολο των αμοιβών που εισπράττουν μέσα στο χρόνο οι διάφοροι φορείς του τομέα της οικονομίας του τουρισμού.

Σε περίπτωση που τώρα αφαιρέσουμε, σε αγαθά και υπηρεσίες, το κόστος των πραγματοποιηθέντων ετήσιων ακαθάριστων τουριστικών εισπράξεων, τότε έχουμε την έννοια του καθαρού τουριστικού εισοδήματος.

6.3. Ο Τουρισμός ως Παράγοντας Πληθωρισμού

Με τον όρο “πληθωρισμός” στον τουρισμό, αναφερόμαστε σε μια διαφορά μεταξύ της ζήτησης και της προσφοράς. Ο πληθωρισμός είναι μια κατάσταση, όπου η προσφορά αγαθών και υπηρεσιών δεν μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες των τουριστών δηλαδή υπάρχει μια ανισορροπία μεταξύ ζήτησης και προσφοράς. Έτσι η συνέπεια ανισορροπίας μεταξύ ζήτησης – προσφοράς είναι η άνοδος των τιμών των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Η άνοδος των τιμών είναι αποτέλεσμα της υπερβολικής ζήτησης σε σχέση με αυτά που προσφέρονται. Η μεγάλη ζήτηση τουριστικών αγαθών οφείλεται στο γεγονός, ότι αυξάνονται τα χρηματικά εισοδήματα των ιδιωτών, έτσι εάν η παραγωγή δεν αυξηθεί τότε προκαλείται μια άνοδος των τιμών, η οποία οδηγεί σε πληθωριστικές πιέσεις.

6.4. Τουριστικό Κύκλωμα

Με τον όρο ‘Τουριστικό Κύκλωμα’ χαρακτηρίζουμε το σύνολο των οικονομικών σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ βασικών μονάδων του τουριστικού κυκλώματος, το οποίο περιλαμβάνει τις οικονομικές σχέσεις, που δημιουργούνται ανάμεσα στις τουριστικές επιχειρήσεις και στους τουρίστες άμεσα ή έμμεσα και δείχνει τις ροές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών από τη μια πλευρά και των πληρωμών από την άλλη πλευρά.

Τα τουριστικά αγαθά που παράγονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις ρέουν άμεσα ή έμμεσα προς τους τουρίστες, πλην όμως ορισμένα από αυτά καταναλώνονται ή χρησιμοποιούνται αποκλειστικά και

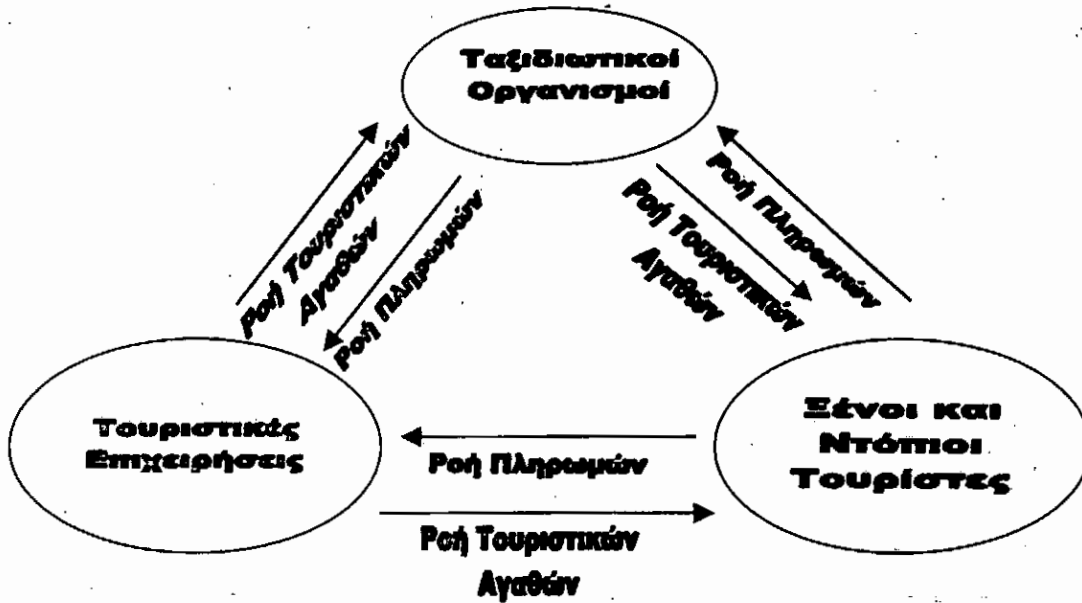
μόνο στον τόπο παραγωγής τους. Για κάθε ροή τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών υπάρχει αντίθετη ροή πληρωμών.

Στο τουριστικό κύκλωμα, εκτός από τις άμεσες και έμμεσες συναλλαγές, μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστών υπάρχουν και συναλλαγές μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και άλλων επιχειρήσεων, αυτό όμως δεν είναι εύκολο να εμφανιστεί στο διάγραμμα του τουριστικού κυκλώματος. Αυτό βέβαια, θα έχει σαν αποτέλεσμα το τουριστικό κύκλωμα να γίνει πιο δύσκολο, γιατί θα προστεθούν διάφορες ροές που στην πραγματικότητα συμβαίνουν. Παρόλα αυτά θα πρέπει να αναφέρουμε ορισμένα πράγματα και πιο συγκεκριμένα ότι οι ροές τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, συντελεστών τουριστικής παραγωγής και πληρωμών που συμβαίνουν στην τουριστική οικονομία, τέτοιες είναι:

α) συνεχείς, δηλαδή συμβαίνουν διαχρονικά σε κάθε στιγμή και,

β) δεν έχουν πάντοτε το ίδιο μέγεθος, δηλαδή το ύψος των συναλλαγών μπορεί να μεταβάλλεται καθώς η παραγωγική δραστηριότητα των τουριστικών επιχειρήσεων αυξάνεται ή μειώνεται.

ΤΟ ΑΠΛΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ:



6.5. Τουριστικές Δαπάνες

6.5.1. Γενικά – Έννοια

Η πραγματοποίηση από τον τουρίστα μιας δαπάνης δηλ. η διάθεση ενός χρηματικού ποσού για την αγορά ενός τουριστικού προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, όπως αγορά αναμνηστικών, εξόφληση του λογαριασμού του ξενοδοχείου, δεν είναι απλώς μια πράξη αλλά μια ροή που συνεχίζεται μέσα στο οικονομικό κύκλωμα.

Είναι γνωστό ότι σε μια χρονική περίοδο εισπράττονται και ξοδεύονται ταυτόχρονα χρηματικά ποσά μεταξύ των πωλητών τουριστικών

προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία) και των αγοραστών δηλ. των τουριστών.

Έτσι έχουμε από την πλευρά των πωλητών το τουριστικό εισόδημα και από την πλευρά των αγοραστών την τουριστική δαπάνη.

Επειδή είναι γνωστό, ότι ο τουρισμός οδηγεί στην αύξηση της παραγωγικής δραστηριότητας, διαπιστώνουμε ότι στην έννοια της τουριστικής κατανάλωσης περιλαμβάνονται όλες οι δαπάνες που πραγματοποιήσει ένας τουρίστας στην Ελλάδα, κατά τη διάρκεια των διακοπών του για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών του.

Τελειώνοντας, εάν θα θέλαμε να δώσουμε τον ορισμό της τουριστικής δαπάνης, θα λέγαμε ότι τουριστική δαπάνη είναι η διάθεση χρημάτων, από τη μεριά του τουρίστα για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.

6.5.2. Διάκριση Τουριστικών Δαπανών

Η διάκριση των τουριστικών δαπανών γίνεται σε δύο (2) κατηγορίες:

- 1) Η πρώτη διάκριση γίνεται με κριτήριο τη σκοπιμότητα ή από άποψη σκοπού και:
- 2) Η δεύτερη διάκριση γίνεται με κριτήριο την πραγματοποίησή τους σε συγκεκριμένο χρόνο και τόπο.

1) Διάκριση των Τουριστικών Δαπανών με κριτήριο τη σκοπιμότητα:

Η κατηγορία των δαπανών αυτών διακρίνεται σε:

1α) Αφανείς Τουριστικές Δαπάνες:

Αφανείς Δαπάνες είναι αυτές που χρονικά πραγματοποιούνται είτε πριν την τουριστική μετακίνηση, είτε κατά τη διάρκεια της μετακίνησης. Οι δαπάνες αυτές έχουν βασικό σκοπό την απόκτηση προϊόντων και υπηρεσιών που δεν συμμετέχουν στην τουριστική παραγωγή. Αφανείς Τουριστικές Δαπάνες, είναι η αγορά ειδών ένδυσης ειδών τέχνης τροφίμων, αγορά ειδών καλλωπισμού κ.ά.

1β) Εμφανείς Τουριστικές Δαπάνες:

Είναι οι δαπάνες που γίνονται για την απόκτηση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Στις Εμφανείς Δαπάνες περιέχονται τα έξοδα που πραγματοποιήθηκαν για παραμονή σε ξενοδοχεία για αγορά τουριστικών αναμνηστικών, έξοδα διατροφής σε εστιατόρια κ.α. Στην περίπτωση των Εμφανών Τουριστικών Δαπανών, τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες παράγονται μόνο από τουριστικές επιχειρήσεις.

1γ) Συμπληρωματικές Τουριστικές Δαπάνες:

Συμπληρωματικές Τουριστικές Δαπάνες, είναι αυτές που αποτελούν μια ενδιάμεση κατηγορία δαπανών, γιατί άμεση σχέση με την τουριστική μετακίνηση και την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών και επιθυμιών του τουρίστα.

Οι δαπάνες αυτές χαρακτηρίζονται από το γεγονός ότι δεν πραγματοποιούνται εάν ο τουρίστας δεν μετακινηθεί από τον τόπο της μόνιμης διαμονής, στον τόπο προορισμού.

2) Διάκριση των Τουριστικών Δαπανών με κριτήριο τον Τόπο και Χρόνο.

Στην περίπτωση αυτή, οι Τουριστικές Δαπάνες διακρίνονται σε:

2α) Άμεσες Τουριστικές Δαπάνες:

Άμεσες Τουριστικές Δαπάνες, είναι οι δαπάνες, που χρονικά πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης και εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας του τουρίστα. Τέτοιες δαπάνες είναι η ψυχαγωγία, η άθληση, η διαμονή, η σίτιση κ.α.

2β) Έμμεσες Τουριστικές Δαπάνες:

Έμμεσες Τουριστικές Δαπάνες, είναι αυτές που χρονικά γίνονται πριν τη μετακίνηση του τουρίστα, και πραγματοποιούνται στον τόπο της μόνιμης διαμονής του τουρίστα. Έμμεσες Δαπάνες είναι η έκδοση διαβατηρίου και η προμήθεια ειδών ταξιδιού.

6.6. Τουριστικές Επενδύσεις

Τουριστικές επενδύσεις, είναι οι τοποθετήσεις κεφαλαίων που γίνονται από επενδυτές σε τουριστικές επιχειρήσεις με σκοπό την απόδοση σε αυτούς στο μέλλον κάποιου εισοδήματος.

Για να θεωρήσουμε ότι μια τουριστική επένδυση είναι οικονομικά συμφέρουσα, πρέπει πριν ακόμα να πραγματοποιείται να υπάρχουν οι ενδείξεις ότι το κεφάλαιο που θα επενδυθεί θα αποδώσει σε κάποιο χρονικό διάστημα σημαντικό κέρδος.

Για να αυξηθεί το κεφάλαιο που επενδύει κάποιος στην τουριστική οικονομία, θα πρέπει η ακαθάριστη τουριστική επένδυση να είναι μεγαλύτερη από τις αποσβέσεις δηλ. όταν η ακαθάριστη τουριστική επένδυση είναι μεγαλύτερη από το μέρος του κεφαλαίου που ξοδεύεται για

την παραγωγή τουριστικών αγαθών. Σε αυτή την περίπτωση η καθαρή τουριστική επένδυση είναι θετική.

Εάν η ακαθάριστη τουριστική επένδυση είναι ίση με τις αποσβέσεις, τότε η καθαρή τουριστική επένδυση ισούται με μηδέν (0).

6.7. Τουρισμός- “Ευρώ”

Όλες οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι οι επιπτώσεις του ενιαίου ευρωπαϊκού νομίσματος θα είναι πολύ θετικές και στον Τουρισμό, πράγμα ιδιαίτερα σημαντικό για την Ελλάδα. Χάρη στην υιοθέτηση του Ευρώ θα καταργηθούν οι συναλλαγματικές πράξεις, συνεπώς οι καταναλωτές δεν θα επιβαρύνονται με προμήθειες. Θα εκλείψει επίσης και ο κίνδυνος των συναλλαγματικών διακυμάνσεων. Ευνοημένοι από το Ευρώ, και γενικά, την οικονομική ολοκλήρωση της Ευρώπης θα είναι, επίσης και ζωτικοί κλάδοι της Τουριστικής Οικονομίας. Πιο αναλυτικά, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν θα αναγκάζονται να δεσμεύουν υψηλά ποσά, σε συνάλλαγμα, με κίνδυνο να πέσουν έξω 20% ή 30% ειδικά στα ταξίδια σε χώρες με ισχυρά νομίσματα. Από την άλλη μεριά, γεγονός είναι ότι το Ευρώ θα εντείνει τον ανταγωνισμό, αλλά μια τέτοια εξέλιξη θα είναι ευνοϊκή για τον καταναλωτή, τόσο στις τιμές όσο και στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Με άλλα λόγια, το Ευρώ θα υποχρεώσει κάποιους ξενοδόχους να γίνουν σοβαροί, υπεύθυνοι για να μην κλείσουν. Θα οδηγήσει, επίσης, αναπόφευκτα και σε σημαντικές αναδιαρθρώσεις του όλου τουριστικού κλάδου, κάτι που σημαίνει ότι θα υπάρξει μια γενικότερη αναβάθμιση του ελληνικού τουρισμού.

Σύμφωνα με όσα παρατέθηκαν γίνεται κατάδηλο ότι, παρά τις τεχνικές δυσκολίες και το πρόσκαιρο υλικό κόστος του, το ευρώ αποτελεί για την Ευρώπη του 21ου αιώνα μια ιστορική εξέλιξη, η οποία σίγουρα καθιερώνει και τη Γηραιά Ήπειρο ως μεγάλη και παγκόσμια οικονομική δύναμη. Όσο για την Ελλάδα, δεν είναι μικρό πράγμα να συμμετέχει σε αυτή την Ευρώπη.

6.8. Τουριστική Ζήτηση

Η Τουριστική Ζήτηση είναι μια έννοια που μπορούμε να την εξετάσουμε από πολλές πλευρές, όπως οικονομική, κοινωνική, εποχιακή και γεωγραφική.

Από οικονομική σκοπιά Τουριστική Ζήτηση είναι η ποσότητα τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που είναι πρόθυμοι και ικανοί να αγοράσουν και να χρησιμοποιήσουν οι τουρίστες στην διάρκεια των διακοπών τους σε τουριστικό μέρος.

Οι τουριστικές δραστηριότητες και κυρίως της διασκέδασης και της αναψυχής ικανοποιούν εκτός από τις βασικές και τις κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες των τουριστών. Η κοινωνία έχει τη δυνατότητα να επιδρά, μέσα από διάφορους μηχανισμούς, σε ορισμένες μορφές της τουριστικής δραστηριότητας. Αυτό σημαίνει ότι η Πολιτεία δίνει ιδιαίτερη σημασία στην ικανοποίηση των αναγκών σε ορισμένες κατηγορίες του πληθυσμού όπως νέοι, σπουδαστές, επαγγελματίες (ξενώνες νεότητας, αθλητικοί χώροι) και ηλικιωμένοι, συνταξιούχοι (καπή, ιαματικά λουτρά).

Ο γεωγραφικός χαρακτήρας της Ζήτησης συνδέεται άμεσα με πολλούς παράγοντες, όπως οι δημόσιες επενδύσεις για έργα τουριστικής υποδομής, η ποιότητα και η ποσότητα των υπηρεσιών παρέχονται και η γεωγραφική κατανομή των τουριστικών πόρων. Στην γεωγραφική κατανομή της Τουριστικής Ζήτησης δίνεται ιδιαίτερη σημασία σε δύο κατηγορίες τουριστικών πόρων:

α) Οι φυσικοί τουριστικοί πόροι όπως δάση, ακτές, θάλασσες, σπήλαια, αξιόλογα τοπία κ.ά.

β) Οι πολιτιστικοί τουριστικοί πόροι όπως μνημεία όλων των εποχών, μουσεία, αρχαιότητες, παραδοσιακοί οικισμοί κ.ά.

Ο εποχιακός χαρακτήρας της Τουριστικής Ζήτησης εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στον τόπο, το εκπαιδευτικό σύστημα (σχολικές διακοπές) καθώς και η οργάνωση της εργασίας (άδειες σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα).

6.8.1. Παράγοντες Τουριστικής Ζήτησης

Η Τουριστική Ζήτηση και Προσφορά επηρεάζονται από πολλούς και διαφορετικούς παράγοντες. Αυτοί είναι οι εξής:

α) Κλιματολογικοί παράγοντες

β) Περιβαλλοντικοί παράγοντες

γ) Επαγγελματικοί παράγοντες

δ) Οικονομικοί παράγοντες

ε) Εργασιακοί παράγοντες

στ) Θρησκευτικοί παράγοντες

η) Αθλητικοί παράγοντες

α) ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που μπορούν να βοηθήσουν στη διαμόρφωση της Τουριστικής Ζήτησης είναι το κλίμα. Αποτελεί ένα βασικό λόγο για το οποίο αποφασίζει κανείς να επισκεφτεί κάποιο τόπο. Είναι γνωστό ότι οι λαοί των βόρειων χωρών μετακινούνται προς τα θερμά κλίματα στις διακοπές τους, ενώ οι λαοί των θερμών χωρών αναζητούν τον Χειμερινό τουρισμό για τις διακοπές τους. Αυτό συμβαίνει γιατί ο άνθρωπος αναζητά την αλλαγή, την εμπειρία που μπορεί να την αποκτήσει μόνο με την αλλαγή περιβάλλοντος και κλιματολογικών συνθηκών. Είναι συναρπαστικό το θαλάσσιο σκι για κάποιο Σκανδιναβό που τους περισσότερους μήνες του χρόνου ζει στη βροχή και το χιόνι.

Είναι φανερό πως την αλλαγή του κλίματος την επιζητούν και αυτοί που κάνουν μικρότερες μετακινήσεις, όπου η διαφορά του κλίματος είναι μικρή. Έτσι όσοι ζουν κοντά στη θάλασσα επιθυμούν να κάνουν διακοπές σε ορεινές περιοχές και το αντίστροφο.

β) ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Στις ορεινές περιοχές παρέχεται η δυνατότητα στους τουρίστες για ξεκούραση, απομόνωση από την πολυκοσμία και τον θόρυβο. Μια

μοναδική αίσθηση δημιουργείται με μια βόλτα στο δάσος, με την συζήτηση και την συναναστροφή με τους απλούς ανθρώπους του χωριού.

Όσο για τους τόπους που βρίσκονται κοντά στη θάλασσα δίνουν μια θαυμάσια ατμόσφαιρα. Κανείς δεν μπορεί να μείνει αδιάφορος μπροστά σε ένα εξωτικό νησί, σε μια πεντακάθαρη παραλία, σε ένα υπέροχο ηλιοβασίλεμα.

Η διατήρηση της καθαριότητας του περιβάλλοντος καθώς και η προστασία του, με ανακύκλωση των σκουπιδιών και η εφαρμογή του βιολογικού καθαρισμού και των αποχετεύσεων για να μην εκβάλλουν στη θάλασσα τα απόβλητα, είναι απαραίτητες ενέργειες για κάθε περιοχή που θέλει καθαρό περιβάλλον.

Ο καθένας από εμάς, έχει καθήκον να προστατεύει το περιβάλλον από φωτιές, από κάθε είδους καταστροφή και από άλλες παράνομες ενέργειες.

γ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Η εξάπλωση των επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο έκανε αναγκαία την μετακίνηση των στελεχών τους με σκοπό την παρακολούθηση των θυγατρικών εταιριών σε όλο τον κόσμο.

Το φαινόμενο της επαγγελματικής μετακίνησης συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό αφού η μετακίνηση, η διαμονή, η αναψυχή, η εξυπηρέτηση, δραστηριοποιούν τουριστικές υπηρεσίες.

Όλα τα μεγάλα συνέδρια καθώς και οι εκθέσεις διοργανώνονται από τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία, τα οποία είναι εξοπλισμένα με συστήματα τελευταίας τεχνολογίας όπως κλειστό κύκλωμα τηλεόρασης με δυνατότητα δορυφορικής σύνδεσης, ή προβολή σλάιντς.

δ) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Η Τουριστική δραστηριότητα των ατόμων συνδέεται άμεσα με το μέγεθος του εισοδήματός τους και την κατανομή του. Ένα άτομο μπορεί να πραγματοποιήσει τις διακοπές του ανάλογα με το εισόδημά του. Όσο μεγαλύτερο είναι το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερη είναι η διάθεση χρηματικού ποσού για την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού. Είναι γνωστό ότι οι οικονομικά εύπορες κοινωνικές τάξεις έχουν τη δυνατότητα να κάνουν ταξίδια και διακοπές πολυτέλειας, αλλά και οι μεσαίες τάξεις δαπανούν ένα μεγάλο μέρος του εισοδήματός τους για διασκέδαση και αναψυχή. Αυτό βέβαια συμβαίνει στις χώρες με προηγμένο οικονομικό σύστημα, όπου η οικονομία τους δεν είναι αναπτυγμένη και το βιοτικό τους επίπεδο με την τουριστική τους δραστηριότητα είναι χαμηλά.

Η ποιότητα, η διάρκεια και ο τόπος προορισμού που ο τουρίστας θα κάνει τις διακοπές του εξαρτάται και από την τιμή στην οποία θα προσφερθούν οι τουριστικές υπηρεσίες σε ορισμένη χρονική περίοδο. Η τιμή του ταξιδιού διαμορφώνεται από το κόστος των τουριστικών αγαθών (διαμονή, τιμές εισιτηρίων και μεταφορικών μέσων), αλλά και το κόστος ζωής της περιοχής (ψυχαγωγία, διασκέδαση, αγορές κ.ά).

Ένας σημαντικός παράγοντας που λαμβάνεται υπόψη για την διαμόρφωση της απόφασης των τουριστών είναι οι προτιμήσεις τους. Ο παράγοντας αυτό επηρεάζεται από εμπειρίες φίλων και συγγενών που επισκέφθηκαν τον τόπο, από τη διαφήμιση και την προβολή του τόπου προορισμού καθώς και από προηγούμενες εμπειρίες των ίδιων.

Πολλοί είναι οι τουρίστες που επαναλαμβάνουν κάποιο ταξίδι για να θυμηθούν κάποια επέτειο, για να ζήσουν κάποια εμπειρία. Άλλοι πάλι αποφεύγουν να αλλάξουν τον τόπο διακοπών τους είτε γιατί είναι ικανοποιημένοι, είτε γιατί νιώθουν ζεστασιά και οικειότητα στο μέρος αυτό.

Η σωστή διαφήμιση και προβολή δίνει μια αξία στον τόπο προορισμού και μπορεί να προσελκύσει αρκετούς τουρίστες. Η διαφήμιση είναι αποτελεσματική και μπορεί να δώσει θετικά αποτελέσματα.

ε) ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Μια από τις πιο βασικές ανάγκες του ανθρώπου είναι το ταξίδι και οι διακοπές, γιατί μέσα από αυτές ο κάθε άνθρωπος ανανεώνεται. Είναι γνωστό το φαινόμενο που οι εταιρίες χαρίζουν ένα ταξίδι αντί κάποιας επιταγής ή κάποιου άλλου δώρου, προκειμένου αυτοί να ξεκουραστούν, να ανανεωθούν για να αποδώσουν καλύτερα στην εργασία τους. Πολλοί εργοδότες οργανώνουν ομαδικά ταξίδια για τους εργαζόμενους ώστε να έχουν την ευκαιρία να γνωριστούν περισσότερο οι ίδιοι και οι οικογένειές τους. Έτσι παρατηρούμε να αυξάνεται το συναδελφικό συναίσθημα μεταξύ τους και μπορούν να εκφράσουν ελεύθερα νέες ιδέες για την εργασία τους. Εξάλλου το κόστος στα ομαδικά ταξίδια είναι μικρότερο και η εταιρία καταφέρνει να έχει μεγάλες φορολογικές απαλλαγές από την Πολιτεία, η οποία ενθαρρύνει τέτοιες ενέργειες.

στ) ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Ένας ισχυρός πόλος έλξης τουριστών είναι και οι μεγάλες θρησκευτικές τελετές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της Ιερουσαλήμ που κατά την περίοδο του Πάσχα και των Χριστουγέννων σφίγγει από προσκυνητές.

Στη χώρα μας η μετακίνηση των πιστών σε χώρους λατρείας είναι αυξημένη γιατί είναι χώρα των αγίων. Δηλαδή έχει πολλούς αγίους πολιούχους πόλεων που μαρτύρησαν, στο όνομα του Χριστιανισμού, αλλά είναι και μια χώρα που έχει πολλούς ναούς και μοναστήρια όπου έχουν

γίνει πολλά θαύματα, όπως στο Άγιο Όρος, στη μεγαλόχαρη της Τήνου και άλλα.

Ακόμα πολλές είναι οι εκδρομές που διοργανώνονται σε άγιους τόπους για τελετές καθώς και για τάματα που μπορεί να έχει κάνει ο πιστός. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται μόνο για λίγες μέρες.

ζ) ΑΘΛΗΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Ο τουρισμός έχει μεγάλα οφέλη από τις αθλητικές δραστηριότητες, που πραγματοποιούνται σε μια χώρα. Ο αθλητισμός δίνει τη δυνατότητα στους λαούς να συναντώνται, να αναμετρούν τις πνευματικές και σωματικές τους δυνάμεις. Η κάθε χώρα, μπορεί να αποκτήσει σημαντικά κέρδη. Αξιόλογο παράδειγμα είναι η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 από τη χώρα μας. Είναι σίγουρο ότι τα τουριστικά οφέλη που θα έχει η χώρα μας θα είναι μεγάλα.

6.9. Τουριστική Προσφορά

Η μετακίνηση των ανθρώπων από το ένα μέρος στο άλλο με σκοπό την περιήγηση, την διασκέδαση, την αναψυχή λέγεται Τουρισμός.

Ένα άτομο για να μετακινηθεί από τον τόπο διαμονής του προς κάποιο άλλο, φροντίζει πρώτα να μάθει ορισμένα πράγματα τα οποία τα θεωρεί σημαντικά, για τον τόπο που θα επισκεφτεί, προκειμένου να κανονίσει τον τρόπο μεταφοράς (με αεροπλάνο, με τρένο, με πλοίο κ.α), το χρηματικό ποσό που θα διαθέσει, τις αγορές που θέλει να πραγματοποιήσει, το χρόνο μεταφοράς. Ο κάθε τουρίστας προσπαθεί να συγκεντρώσει τις πληροφορίες του σχετικά με τον τόπο της επίσκεψής του μέσα από διαφημίσεις που γίνονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεόραση,

ράδιο) και διάφορα έντυπα, όπως περιοδικά, εφημερίδες. Πολλές φορές οι εντυπώσεις, οι απόψεις και οι εμπειρίες από φιλικά και συγγενικά πρόσωπα για το συγκεκριμένο τόπο που έχουν επισκεφθεί, είναι αποτελεσματικές.

Αυτό όμως που ενδιαφέρει πραγματικά τον τουρίστα είναι πόσο άνετη είναι η διαμονή στα διάφορα καταλύματα, ποια αξιοθέατα μπορεί να επισκεφθεί στον τόπο αυτό, ποια μπορεί να είναι η ποιότητα και η ποσότητα των υπηρεσιών καθώς και ποιο είναι το κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων της περιοχής.

6.10. Τουριστικές Εξαγωγές και Εισαγωγές

Οι δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν στον τόπο του τουριστικού τους προορισμού οι τουρίστες, έχουν τη δύναμη να βοηθήσουν σημαντικά την εθνική μας οικονομία.

Οι τουρίστες που επισκέπτονται την πατρίδα μας είναι πάρα πολλοί για να μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις βασικές ανάγκες τους καθώς και τις ψυχολογικές τους ανάγκες. Θα ξοδέψουν χρήματα που κέρδισαν στη χώρα τους ή κάπου αλλού, με αυτό το τρόπο θα καταφέρουν να εισαγάγουν συνάλλαγμα σ' αυτήν, που δεν υπήρχε, και που είναι απαραίτητο για να μπορέσει να χρηματοδοτήσει παραγωγικά έργα της οικονομίας της, αλλά και για να καλύψει ένα μέρος του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών της πληρωμών. Έτσι, οι δαπάνες που πραγματοποιούνται από ξένους τουρίστες στην Ελλάδα, για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, είναι οι τουριστικές εξαγωγές της χώρας μας, προς άλλες χώρες. Αν για παράδειγμα, από την Ελλάδα εξάγονται λάδι και κρασί, αυτό σημαίνει ότι τα προϊόντα αυτά στέλνονται εκτός χώρας. Οι

τουρίστες, όμως εκτός από προϊόντα αγοράζουν και ταξιδιωτικές εμπειρίες. Όταν φεύγουν από την Ελλάδα, ίσως δεν παίρνουν κάποιο αγαθό με μεγάλη αξία, σε σύγκριση με αυτά που ξόδεψαν για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές ανάγκες τους, σίγουρο είναι όμως ότι θα πάρουν τις εμπειρίες που απέκτησαν. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα κάνει τις εξαγωγές και σε ταξιδιωτικές εμπειρίες.

Στις τουριστικές εξαγωγές, οι ροές τουριστών και πληρωμών είναι προς την ίδια κατεύθυνση, ενώ στις εξαγωγές προϊόντων οι δύο αυτές ροές είναι σε αντίθετη κατεύθυνση. Εδώ ακριβώς βρίσκεται το μεγάλο πρόβλημα. Εάν όμως θα έβλεπε κανείς προς την κατεύθυνση των ροών των πληρωμών, για να αποφασίσει τι είναι εξαγωγή θα διαπίστωνε ότι δεν υπάρχει και τόσο μεγάλο πρόβλημα, ανάμεσα στις δυο περιπτώσεις.

Όταν πληρωμές εισάγονται στην Ελλάδα, όταν κάποιο προϊόν ή ταξιδιωτικές εμπειρίες έχουν εξαχθεί σημαίνει ότι οι ροές των πληρωμών και στις δύο περιπτώσεις είναι προς την ίδια κατεύθυνση δηλαδή προς την Ελλάδα.

6.11. Τουριστικά Κίνητρα

Με τον όρο τουριστικά κίνητρα θεωρούμε όλες τις ψυχοπνευματικές τάσεις, που παρακινούν τους ανθρώπους να επισκεφθούν έναν τόπο για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για την ικανοποίηση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών. Τα τουριστικά κίνητρα, είναι πολλά, διαφορετικά και εξαρτημένα από την συγκεκριμένη μορφή τουρισμού που προσφέρει ο συγκεκριμένος τουριστικός προορισμός. Αν και γνωστά λίγο-πολύ τα τουριστικά κίνητρα διαφέρουν από άποψη έντασης που εκφράζεται

ποσοτικά με μετρήσεις που εμφανίζονται με τη μορφή ποσοστιαίας συμμετοχής κάθε κινήτρου στο συνολικό αριθμό των περιπτώσεων που εξετάζονται.

Τα κίνητρα αυτά είναι τα εξής:

1) Οικονομικά κίνητρα: Στα οικονομικά κίνητρα ανήκουν όλα τα οικονομικά στοιχεία που συνθέτουν το κόστος ζωής στις χώρες υποδοχής τουριστών, το κόστος του ταξιδιού, τα οποία παίζουν σημαντικό ρόλο και στην διαμόρφωση φτηνών τιμών για τουριστικά πακέτα.

Τα οικονομικά κίνητρα επηρεάζουν αποφασιστικά μεγάλες μάζες τουριστών που ανήκουν στις μεσαίες εισοδηματικές τάξεις, να επισκεφθούν ένα τουριστικό τόπο. Γι' αυτό το λόγο προβάλλονται ιδιαίτερα στις διαφημιστικές καμπάνιες, που κάνουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο εξωτερικό όχι μόνο για να προσελκύσουν τουρίστες, κυρίως τουριστικά γραφεία και αεροπορικές εταιρίες που απευθύνονται σε τουρίστες που τους αρέσει να ταξιδεύουν φτηνά μεν αλλά μεμονωμένα.

2) Πολιτιστικά κίνητρα: Σε αυτή την κατηγορία τουριστικών κινήτρων ανήκουν όλα εκείνα τα πολιτιστικά στοιχεία που δημιουργούν την πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας υποδοχής τουριστών. Τέτοιου είδους στοιχεία είναι ιστορικοί χώροι, αρχαιολογικά μνημεία, μουσεία, πινακοθήκες λαϊκής τέχνης. Θα πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι τα πολιτιστικά κίνητρα ασκούν περιορισμένη επίδραση στους σημερινούς τουρίστες και ειδικότερα σε όποιον κάνει μαζικό τουρισμό.

3) Φυσικά και κλιματολογικά κίνητρα: Εδώ ανήκουν φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία, που ασκούν ισχυρή έλξη στους τουρίστες. Τέτοια στοιχεία είναι η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η θερμοκρασία, η ηλιοφάνεια, τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο και στην διαμόρφωση ορισμένων μορφών τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του τουρισμού χειμερινών σπορ, παραχείμασης, του ορεινού τουρισμού και του θαλάσσιου τουρισμού. Δεν πρέπει βέβαια να ξεχάσουμε ότι τα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία είναι από άποψη τουριστικής πολύ εκμεταλλεύσιμα και γι' αυτό το λόγο ανταποκρίνονται στις βιολογικές και ψυχολογικές ανάγκες των κατοίκων των μεγάλων αστικών πόλεων που αναζητούν την ξεκούραση, την ξεγνοιασιά την αναψυχή μετά από ένα δύσκολο χειμώνα γεμάτο από στρες, άγχος και κούραση. Τα φυσικά και κλιματολογικά στοιχεία που για την περίπτωση της Ελλάδας εμφανίζονται πολύ ευνοϊκά, αποτελούν τα ισχυρότερα κίνητρα έλξης ξένων τουριστών. Υπολογίζεται ότι τα γκρουπ των παραθεριστών έρχονται στην Ελλάδα για να απολαύσουν τον ήλιο και την θάλασσα.

Αυτό άλλωστε επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι οι περισσότεροι ξένοι τουρίστες κατευθύνονται προς τα υπέροχα νησιά μας, όπως την Κρήτη, Κέρκυρα, Ρόδο, Κυκλάδες κ.ά. που διαθέτουν πλούσιο φυσικό περιβάλλον.

4) Ψυχολογικά κίνητρα: στην κατηγορία αυτή, ψυχολογικά κίνητρα, ανήκουν εσωτερικές παρορμήσεις τουριστών που εισέρχονται στην Ελλάδα, οι οποίες οφείλονται στην ψυχολογική ανάγκη της εναλλαγής. Οι άνθρωποι, από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, έχουν την τάση να αναζητούν κάτι το νέο, κάτι το διαφορετικό. Γι' αυτό,

έχει αποδειχτεί ότι πολύ λίγοι είναι οι τουρίστες που επισκέπτονται μακρινούς τουριστικούς τόπους για δεύτερη φορά, εκτός και εάν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι ή ισχυρά οικονομικά κίνητρα. Ας σημειωθεί ότι τα ψυχολογικά κίνητρα, καθώς το κατά κεφαλήν εισόδημα των ανθρώπων αυξάνεται και βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδό τους, επηρεάζουν όλο και περισσότερο την απόφαση των τουριστών να επισκεφθούν νέους τουριστικούς τόπους.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

7.1 Γενικά

Στη σημερινή κοινωνία είναι γνωστό, ότι βρισκόμαστε αντιμέτωποι με απαιτητικούς τουρίστες που οι ανάγκες τους συχνά πληθαίνουν και διαφοροποιούνται. Αυτό σημαίνει, ότι για να μπορέσει, ο τουρισμός να διατηρήσει και να αναπτυχθεί, θα πρέπει η Πολιτεία να στραφεί σε νέα μέτρα και να δημιουργηθούν προγράμματα, τα οποία θα βοηθήσουν στην ανάπτυξή του.

Ένας άλλος παράγοντας που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη του τουρισμού είναι η ανάγκη να αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού, οι οποίες θα βοηθήσουν να λύσουν το πρόβλημα της εποχικότητας.

Επίσης, σημαντικό μέτρο, θεωρείται η ποιοτική παροχή υπηρεσιών, οι οποίες είναι σε θέση να δώσουν θετικά αποτελέσματα στην εξυπηρέτηση των τουριστών καθώς και στην κάλυψη των αναγκών τους.

Σε καμία περίπτωση όμως δεν μπορούμε να παραλείψουμε τα έργα υποδομής και αναδομής που πρέπει να πραγματοποιηθούν για την προσέλευση τουριστών υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο Ελληνικός Τουρισμός, καθώς και οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του.

7.2 Το πρόβλημα της παραξενοδοχείας

Η τουριστική προσφορά, είναι συνδεδεμένη στενά με τα ξενοδοχειακά καταλύματα καθώς και με τις υπόλοιπες οργανωμένες μορφές καταλυμάτων (Κάμπινγκ, Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια, Ενοικιαζόμενα Διαμερίσματα). Σύμφωνα με τους ξενοδόχους η βασική αιτία για τις αδυναμίες του ξενοδοχειακού κλάδου είναι η ονομαζόμενη "Παραξενοδοχεία". Τι εννοούμε όμως με τον όρο "Παραξενοδοχεία";

Με τον όρο "Παραξενοδοχεία" εννοούμε όλα εκείνα τα καταλύματα (βίλες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα), τα οποία λειτουργούν παράνομα, χωρίς τη νόμιμη άδεια λειτουργίας από το Κράτος (ΕΟΤ ή αστυνομικές αρχές).

Η εμφάνιση της παραξενοδοχείας, είναι αποτέλεσμα της ανάγκης, που παρουσιάστηκε για τη δημιουργία νέων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία θα κάλυπταν προβλήματα που υπήρχαν και θα βοηθούσαν στην αύξηση της τουριστικής κίνησης. Η ανάπτυξη αυτή έγινε χωρίς κανένα πρόγραμμα και κατά συνέπεια με βασικό σκοπό το εύκολο κέρδος, χωρίς να συναντήσει κανένα σοβαρό εμπόδιο από τους αρμόδιους φορείς.

Αυτό είχε σαν συνέπεια το πρόβλημα της παραξενοδοχείας κάθε μέρα να γίνεται μεγαλύτερο και να διογκώνεται ολοένα και περισσότερο.

Οι επιπτώσεις από την εμφάνιση της παραξενοδοχείας είναι πολλές και σημαντικές. Μερικές από αυτές είναι οι πιο κάτω:

1. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις:

Τις περισσότερες φορές οι παράνομες επιχειρήσεις λειτουργούν χωρίς μονάδες βιολογικού καθαρισμού, χωρίς σύνδεση με την αποχέτευση γιατί οι ιδιοκτήτες επιθυμούν το εύκολο και γρήγορο κέρδος με συνέπεια να αδιαφορούν για το περιβάλλον και για την υγεία των ανθρώπων.

2. Η αλλοτρίωση των ανθρώπων και η υποβάθμιση των υπηρεσιών:

Μια από τις πιο σοβαρές επιπτώσεις είναι η αλλοτρίωση των ανθρώπων και η υποβάθμιση των υπηρεσιών. Η εποχή που η Ελλάδα ήταν γνωστή για την φιλοξενία της βρίσκεται στο παρελθόν. Όλα πλέον θυσιάζονται στο βωμό του εύκολου κέρδους και κατά συνέπεια η αξιοπιστία της χώρας μας πλήττεται σοβαρά.

Υπάρχει μια έντονη δυσφήμιση της χώρας μας στο εξωτερικό από τους αλλοδαπούς τουρίστες, που έρχονται στην Ελλάδα για να κάνουν τις διακοπές τους και να διαμένουν σε επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα και σε ξενοδοχεία ευρωπαϊκών προδιαγραφών, αλλά διαμένουν σε "Μικρά Δωμάτια", που περισσότερο μοιάζουν με αποθήκες. Αυτό σημαίνει ότι το "image" της χώρας μας αλλοιώνεται.

3. Χαμηλές τιμές:

Οι τιμές που προσφέρουν τα παράνομα καταλύματα είναι πολύ χαμηλές και έτσι μπορούν να διατηρούν τα ποσοστά πληρότητάς τους σε υψηλά επίπεδα, σε αντίθεση με τα ποσοστά πληρότητας των ξενοδοχείων που είναι πολύ χαμηλά.

Αυτό έχει σα συνέπεια τα ξένα πρακτορεία να ασκούν πίεση στους ξενοδόχους για να διατηρούν τις τιμές των δωματίων σε χαμηλά επίπεδα.

Σαν αποτέλεσμα της χαμηλής τιμής που προσφέρουν πολλές περιοχές οι οποίες είναι γεμάτες από παράνομα δωμάτια είναι να γίνουν πόλος έλξης κακής ποιότητας τουριστών χαμηλής εισοδηματικής κατάστασης, οι οποίοι πολλές φορές δημιουργούν με την συμπεριφορά, προβλήματα στους υπόλοιπους τουρίστες.

4. Μείωση Εργατικού Δυναμικού:

Οι περιοχές που πλήττονται περισσότερο από το φαινόμενο της παραξενοδοχείας έχουν μια σημαντική μείωση στην απασχόληση εργατικού δυναμικού. Αυτό το γεγονός συμβαίνει γιατί σε αυτές τις επιχειρήσεις εργάζονται πολύ λίγα άτομα, που συνήθως είναι μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη. Τέλος πρέπει να τονίσουμε ότι στις επιχειρήσεις αυτές οι εργαζόμενοι δεν ασφαρίζονται.

5. Διαρροή Τουριστικού συναλλάγματος:

Η διαρροή αυτή μπορεί να γίνει είτε από τους ιδιοκτήτες των παράνομων καταλυμάτων, τα οποία ενοικιάζονται απευθείας στους αλλοδαπούς τουρίστες και εισπράττουν συνάλλαγμα, το οποίο δεν εμφανίζουν πουθενά, είτε από τους τοπικούς τουριστικούς πράκτορες που κατά την ενοικίαση των δωματίων πληρώνονται σε συνάλλαγμα το οποίο στέλνουν σε τράπεζες στο Εξωτερικό και στα συμβόλαια φαίνεται ότι δουλεύουν σε δραχμές.

Όλες αυτές οι οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις δεν μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών προϊόντων μας.

Το πρόβλημα της παραξενοδοχείας, παρουσιάζει αρκετές δυσκολίες, για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί και αυτό γιατί ο έλεγχος που γίνεται από τα αρμόδια όργανα δεν μπορεί να δώσει θετικά αποτελέσματα. Ο μόνος τρόπος που υπάρχει είναι ο φορολογικός έλεγχος μέσω των τραπεζικών καταθέσεων και των τεκμηρίων. Έτσι οι φορολογικές αρχές μπορούν να ελέγχουν τον τρόπο διαβίωσης και τις τραπεζικές επιταγές.

7.3 Το πρόβλημα της υποδομής

Ένα από τα πιο σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός είναι η υποδομή.

Η ελλιπής υποδομή και το κακό επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ελλάδα οδηγούν στην υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

Η κακή κατάσταση της υποδομής σε πολλές περιοχές δεν μπορεί να βοηθήσει στην τουριστική τους ανάπτυξη. Έτσι η ανάπτυξη του τουρισμού σε όλες αυτές τις περιοχές συνδέεται άμεσα με την ύδρευση, το αποχετευτικό σύστημα της περιοχής, το βιολογικό καθαρισμό και την ηλεκτροδότηση της περιοχής.

Μεγάλο όμως είναι και το πρόβλημα που υπάρχει στα ξενοδοχεία των περιοχών αυτών, τα οποία παρουσιάζουν αρχιτεκτονικά λάθη, ελλείψεις πυρασφάλειας, μόνωσης, αντισεισμικότητας κ.α.

Τελειώνοντας, για να καταλήξουμε σε ένα συμπέρασμα θα λέγαμε το εξής: ότι για να μπορέσουμε να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις των

τουριστών θα πρέπει πρώτα να αντιμετωπίσουμε το πρόβλημα της υποδομής.

7.4 Τουρισμός και οικολογικό πρόβλημα

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του καιρού μας είναι η μόλυνση και η προστασία του περιβάλλοντος.

Πρώτη φροντίδα κάθε τουρίστα, είτε μιλάμε για Έλληνα είτε για ξένο, είναι η επιλογή του χώρου διακοπών που θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του (καθαρό, ήσυχο και μη βιομηχανικό περιβάλλον). Δεν είναι λίγες όμως οι περιπτώσεις που οι τουρίστες καταστρέφουν το περιβάλλον με την απλή δικαιολογία της εκτόνωσης. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το πρώτο πράγμα που ενδιαφέρει τον τουρίστα είναι η άνεση, η καλοπέραση και η διασκέδαση, χωρίς κανένα σεβασμό στο περιβάλλον, στο ζωικό βασίλειο, στο υγρό βασίλειο, στην πολιτιστική και λαϊκή μας παράδοση.

Αλλά και οι τουριστικές εγκαταστάσεις από την πλευρά τους βοηθούν στην καταστροφή του περιβάλλοντος, αφού πολλές φορές παραβιάζουν τους νόμους της αισθητικής και της καλαισθησίας, με μοναδικό σκοπό το οικονομικό όφελος.

Το μεγαλύτερο όμως μερίδιο ευθύνης της μόλυνσης του περιβάλλοντος, το έχει η Πολιτεία, η οποία έχει σταματήσει τον έλεγχο των τουριστικών εγκαταστάσεων. Αυτό σημαίνει ότι ο Δήμος ή η Κοινότητα, όπου η τουριστική εγκατάσταση, αναπτύσσεται πρέπει να παίρνει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία του οικοσυστήματος και οι αρμόδιες

αρχές θα πρέπει να ελέγχουν εάν το ξενοδοχείο τηρεί τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανέγερσή του.

7.5 Το πρόβλημα της εποχικότητας

Το σοβαρότερο πρόβλημα του τουρισμού είναι η εποχικότητα. Η εποχικότητα του τουρισμού είναι το πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι χώρες αποδοχής τουριστών. Η εποχικότητα προκαλείται από παράγοντες που πολύ δύσκολα μπορούν να αντιμετωπιστούν και πολύ περισσότερο όταν στις χώρες αυτές επικρατεί το καθεστώς της ελεύθερης οικονομίας και κοινωνικής δράσης. Στις χώρες που υπάρχει το καθεστώς της ελεύθερης οικονομίας οι άνθρωποι αποφασίζουν μόνοι τους πού, πότε και για πόσο καιρό θα κάνουν διακοπές.

Είναι γνωστό ότι ο περισσότερος κόσμος προτιμάει να κάνει τις διακοπές του κατά την διάρκεια των θερινών μηνών για ψυχολογικούς και βιολογικούς λόγους, επειδή αυτή την περίοδο επικρατούν συνήθως ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς, που βοηθούν στην απόλαυση της φύσης και της ζωής στην ύπαιθρο που προσφέρουν οι καλοκαιρινές διακοπές, αλλά και για οργανωτικούς λόγους, όπως για παράδειγμα ο τρόπος με τον οποίο χορηγούνται οι άδειες στους εργαζομένους στο δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα καθώς επίσης και η περίοδος των μαθητικών και σπουδαστικών διακοπών.

Τέλος για να μπορέσουμε να λύσουμε το πρόβλημα της εποχικότητας του τουρισμού θα πρέπει να παρθούν τα απαραίτητα μέτρα από την πολιτεία και συγκεκριμένα από τα συνέδρια Τουριστικών Επιχειρήσεων

και όσους φορείς ασχολούνται με τον τουρισμό, έτσι ώστε να παραταθεί η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων το χειμώνα όπου η τουριστική κίνηση είναι περιορισμένη. Ένας τρόπος για παρακίνηση του κόσμου, προκειμένου να κάνουν τις διακοπές τους χειμερινούς μήνες, είναι να καθιερωθούν ισχυρά οικονομικά κίνητρα και να χρηματοδοτηθεί μια έρευνα αγοράς στα κέντρα, από τα οποία θα γίνει η προσέλκυση πελατείας.

7.6 Το επίπεδο της τουριστικής εκπαίδευσης

Η τουριστική εκπαίδευση, αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα και αρκετά κενά σε όλες τις βαθμίδες από την κατώτερη μέχρι την ανώτερη. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στη μεγάλη ζήτηση προσωπικού για την κάλυψη των κενών θέσεων στις τουριστικές επιχειρήσεις δηλ. για την επάνδρωσή τους. Η τουριστική παιδεία, συνδέεται άμεσα με την ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, γιατί αυτές έχουν ένα μεγάλο ποσοστό από προσωπικές υπηρεσίες, που τις προσφέρουν πάντα άτομα που διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις καθώς και εμπειρίες. Τα άτομα που θέλουν να ασχοληθούν με το τουριστικό επάγγελμα, θα πρέπει να διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις, τις οποίες μπορούν να αποκτήσουν από τις Τουριστικές Σχολές.

Η τουριστική παιδεία, θα πρέπει να αποτελεί τον γνώμονα για την τουριστική ανάπτυξη. Είναι γνωστή η ωφέλεια του τουρισμού για το Ελληνικό Κράτος και κυρίως για την οικονομία μας. Παρ' όλα αυτά όμως η παιδεία παραμένει παραμελημένη.

Εντούτοις, παρατηρούμε ότι το Κράτος δεν έχει βοηθήσει ιδιαίτερα, στην ανάπτυξη της τουριστικής εκπαίδευσης. Έτσι ένα μεγάλο μερίδιο για την μη ποιοτική τουριστική παιδεία, οφείλεται στην αμέλεια της Πολιτείας.

Συγκεκριμένα, η μη ποιοτική τουριστική παιδεία, οφείλεται στους εξής παράγοντες:

1. Στο χαμηλό επίπεδο της εκπαίδευσης που παρέχεται, έτσι ώστε να είναι απαραίτητος ο μετεκπαιδευτικός κύκλος στο εξωτερικό και κατά συνέπεια να επιβαρύνονται οι συναλλαγματικές μας δαπάνες.
2. Στο ότι δεν υπάρχουν, τα κατάλληλα τεχνολογικά μέσα καθώς και ο σύγχρονος εξοπλισμός.
3. Ένας άλλος παράγοντας, είναι η έλλειψη σε σχολές Πανεπιστημιακού επιπέδου και εξειδικευμένων καθηγητών.
4. Στο γεγονός ότι το επάγγελμα του Τουρισμού αντιμετωπίζεται από πολλούς ως ένα επάγγελμα για λίγους μήνες.
5. Δεν υπάρχει συντονισμός μεταξύ των κρατικών και ιδιωτικών τουριστικών σχολών.
6. Αφήνει ακάλυπτους τους απόφοιτους των τουριστικών σχολών και επιτρέπει την κατάληψη των διευθυντικών θέσεων από πτυχιούχους οικονομικών σχολών (Α.Ε.Ι.), που τις περισσότερες φορές δεν διαθέτουν τα αναγκαία προσόντα.

Τελειώνοντας, σαν συμπέρασμα θα μπορούσαμε να πούμε ότι στην συντριπτική πλειοψηφία, τα άτομα που εργάζονται στα ξενοδοχεία δεν είναι άτομα του επαγγέλματος, αλλά βρίσκονται δε σ' αυτές τις θέσεις από τύχη και για μικρό χρονικό διάστημα. Και όλα αυτά γιατί σε καμία

περίπτωση δεν μπορούμε να συγκρίνουμε έναν Έλληνα ξενοδόχο, που μέχρι πριν λίγες μέρες έκανε κάποιο άλλο επάγγελμα, με έναν αντίστοιχό του στο εξωτερικό, που δαπάνησε χρόνια και χρήματα για να σπουδάσει και να μάθει το επάγγελμα του τουρισμού.

7.7 Προβλήματα Τουριστικής Πολιτικής

Ο τουρισμός είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας. Ο τουρισμός μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα, εάν δεν παρεμβάλλεται η εκμετάλλευση των επιχειρηματιών είτε με την μορφή της ανοχής είτε με την μορφή άγνοιας του Κράτους, είτε με την μορφή της κακής ποιότητας παροχής τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών.

Γι' αυτό το λόγο είναι απαραίτητο να αναπτυχθεί μια νέα αποτελεσματική τουριστική πολιτική, η οποία θα έχει ως στόχο να ισορροπήσει την τουριστική ζήτηση και να διακρίνεται από μια στρατηγική.

Η πολιτική αυτή, θα πρέπει να στοχεύει την περιφερειακή ανάπτυξη, την πρωτοβουλία, την αποκέντρωση καθώς και την αποφυγή της γραφειοκρατίας του κρατικού μηχανισμού. Για να πετύχει η πολιτική αυτή, όλες οι ευθύνες για την τουριστική ανάπτυξη, την υλοποίηση και τον έλεγχο των τουριστικών προγραμμάτων απευθύνονται στην Τοπική Αυτοδιοίκηση και τους Περιφερειακούς φορείς. Συνοπτικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι για την καλύτερη εκμετάλλευση του τουριστικού τομέα, εφαρμόζεται μια πολιτική που αναφέρεται στις εξής περιπτώσεις:

α) Στη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών.

β) Στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και αποδοτικότητας του τουρισμού.

γ) Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

δ) Στην διαφήμιση και προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εξωτερικό και εσωτερικό.

ε) Στην καλύτερη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων.

στ) Στην αποκέντρωση των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Το αποτέλεσμα της σωστής τουριστικής πολιτικής, είναι η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα. Συγκεκριμένα, η τουριστική πολιτική θα πρέπει να είναι σωστά προγραμματισμένη και ορθολογική ώστε να μην στοχεύει μόνο στο εύκολο κέρδος, αλλά στην καλύτερη υποδοχή, φιλοξενία και εξυπηρέτηση των τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

8.1 Βασικές Μορφές Τουρισμού

Για να λυθούν τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα στον τουρισμό, η Πολιτεία πήρε την απόφαση να αναπτύξει και άλλες μορφές τουρισμού.

Η Πολιτεία γνωρίζει πολύ καλά ότι η τουριστική πολιτική στοχεύει στην προσέλωση τουριστών, όχι μόνο τους θερινούς μήνες αλλά και τους χειμερινούς. Έτσι οι διάφορες μορφές τουρισμού, μπορούν να βοηθήσουν και να βρουν λύσεις στο πρόβλημα της εποχικότητας.

Οι πιο γνωστές εναλλακτικές μορφές του σύγχρονου τουρισμού είναι οι εξής:

1. Ο Τουρισμός Υγείας:

Ο Τουρισμός Υγείας, είναι ο τουρισμός που αποσκοπεί στην θεραπεία της υγείας των ανθρώπων, που αντιμετωπίζουν προβλήματα με αυτήν. Τον τουρισμό υγείας τον χαρακτηρίζει η πελατεία του, που κυρίως είναι άτομα της τρίτης ηλικίας, τα οποία είναι πιο εύκολο να προσληφθούν από κάποια ασθένεια και ένα άλλο στοιχείο είναι ο τόπος προορισμού. Η μορφή αυτή πρέπει να διαθέτει ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες, εγκαταστάσεις λουτροθεραπείας, υδροθεραπείας, θαλασσοθεραπείας και βοηθητικές εγκαταστάσεις, όπως χώρους άθλησης και ψυχαγωγίας.

2. Τουρισμός Εκθέσεων:

Η μορφή αυτή αναπτύσσεται κάθε μέρα όλο και περισσότερο. Στον Τουρισμό Εκθέσεων υπάρχουν όλες εκείνες οι μορφές εκθέσεων που οργανώνονται στα μεγαλύτερα αστικά κέντρα της Ελλάδας, έτσι ώστε να παρέχεται στους επισκέπτες η δυνατότητα να συνδυάσουν την επαγγελματική τους δραστηριότητα με διασκέδαση και ψυχαγωγία.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων απαιτείται η δημιουργία κατάλληλης υποδομής καθώς και σύγχρονων εκθεσιακών κέντρων, τα οποία θα πρέπει να διαθέτουν εστιατόρια, γκαράζ, ταχυδρομείο, ιατρείο και καφετέριες.

3. Μορφωτικός Τουρισμός:

Ο Μορφωτικός Τουρισμός στοχεύει στο να συμμετέχουν όλα τα άτομα στις μορφωτικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και σε θεατρικές παραστάσεις.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του μορφωτικού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικής και ειδικής υποδομής.

4. Συνεδριακός τουρισμός:

Ο συνεδριακός τουρισμός ταιριάζει σε πολλά σημεία με τον μορφωτικό τουρισμό. Στη μορφή αυτή του τουρισμού συμπεριλαμβάνονται επαγγελματικά συνέδρια και ταξίδια, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.α.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, εφόσον υπάρχει οργάνωση και προγραμματισμός από την πλευρά των ξενοδοχείων.

Αναγκαία είναι η κατασκευή συνεδριακών κέντρων και η δημιουργία βοηθητικών χώρων όπως εστιατόρια, ιατρεία, γκαράζ, ταχυδρομεία κ.α.

5. Γενικός Τουρισμός:

Ο Γενικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται από τον άνθρωπο τον ελεύθερο χρόνο του για ανάπαυση, αναψυχή και διασκέδαση.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως η κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων και η κατάλληλη εκπαίδευση των στελεχών και του ειδικευμένου προσωπικού που εργάζεται στα ξενοδοχεία.

Τον γενικό τουρισμό τον διακρίνουμε σε:

- Τουρισμό διαμονής όπου ο τουρίστας παραμένει σε συγκεκριμένο τόπο στις διακοπές, για όλη την διάρκεια των διακοπών του.
- Τουρισμός περιήγησης όπου ο τουρίστας μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από τόπο σε τόπο ή από περιοχή σε περιοχή ή από χώρα σε χώρα.
- Τουρισμός μικτού χαρακτήρα ο οποίος περιλαμβάνει και τον τουρισμό τον τουρισμό διαμονής και τον τουρισμό περιήγησης.

6. Ορεινός τουρισμός:

Ο ορεινός τουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε ορισμένες χώρες, για να εκμεταλλευτούν τους μήνες που η τουριστική κίνηση είναι αρκετά χαμηλή, δηλαδή κατά τη διάρκεια των χειμερινών μηνών. Οι χώρες αυτές καταφέρνουν κυρίως να προσελκύουν τουρίστες

υψηλής κοινωνίας. Για να αναπτυχθεί ο ορεινός τουρισμός απαιτείται η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως πίστες σκι, πίστες για παγοδρομίες, χιονοδρομικά κέντρα καθώς και η δημιουργία βοηθητικών χώρων όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, ιατρεία, αίθουσες αναψυχής.

7. Τουρισμός Παραχείμασης:

Όλες οι τουριστικές δραστηριότητες των ατόμων κατά τη διάρκεια του χειμώνα αναφέρονται στον τουρισμό παραχείμασης.

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται σε άτομα τρίτης ηλικίας που έχουν σταθερό εισόδημα και ελεύθερο χρόνο. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού απαιτεί την διάθεση των τουριστικών πακέτων και την τιμή διαθεσίς τους στην αγορά.

8. Θαλάσσιος τουρισμός:

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι κλάδος που έχει αναπτυχθεί περισσότερο στην Ελλάδα, γιατί η χώρα μας είναι γνωστή για τις θάλασσες που διαθέτει.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής.

9. Αγροτικός τουρισμός:

Λέγοντας αγροτικό τουρισμό αναφερόμαστε στις δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αγροτικό χώρο και περιβάλλον. Ο αγροτικός τουρισμός ικανοποιεί τις ανάγκες αυτών που θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους σε οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον.

Ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο κατηγορίες:

- Σε εκείνη που αφορά τη δημιουργία τουριστικών ενοικιαζόμενων δωματίων και καταλυμάτων σε αγροτικούς συνοικισμούς.
- Και σε εκείνη την κατηγορία που καλύπτει την υποδοχή και την φιλοξενία των τουριστών σε αγροτικές περιοχές.

10. Τουρισμός Πόλης:

Σε αυτήν την περίπτωση, αναφερόμαστε στον τουρισμό, που οι τουρίστες ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για λίγες μέρες. Γίνεται κυρίως από άτομα ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής τάξης και μερικές φορές συνοδεύονται από τις οικογένειές τους και τους φίλους τους.

Τα άτομα πραγματοποιούν αυτό το είδος τουρισμού για λόγους διασκέδασης, για ψώνια, για αναψυχή.

11. Οικογενειακός Τουρισμός:

Ο Οικογενειακός Τουρισμός, τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο αναπτύσσεται, γιατί τα περισσότερα παιδιά κάνουν διακοπές μαζί με τους γονείς τους, γι' αυτό το λόγο οι ταξιδιωτικοί οργανισμοί, στα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν συμπεριλαμβάνουν ειδικές εκπτώσεις για τα παιδιά.

Για την ανάπτυξή του απαιτείται η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως παιδικές χαρές, παιδικοί σταθμοί, πισίνες για τα παιδιά, αίθουσες παιχνιδιών, απαραίτητη προϋπόθεση είναι όλοι αυτοί οι χώροι να είναι στελεχωμένοι από ειδικευμένο προσωπικό.

12. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας:

Στον Τουρισμό της Τρίτης Ηλικίας συμμετέχουν άτομα, που διαθέτουν χρήμα, ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα και έχουν αποταμιεύσει αρκετά χρήματα λόγω νοοτροπίας και τρόπο ζωής. Τα άτομα της τρίτης ηλικίας, μετακινούνται κυρίως στο εσωτερικό της χώρας και πολλοί λίγοι είναι αυτοί που κάνουν ταξίδια στο εξωτερικό. Τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν κυρίως είναι πούλμαν, ιδιωτικά αυτοκίνητα, τρένα, αεροπλάνα.

13. Θρησκευτικός Τουρισμός:

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός είναι ο τουρισμός που πραγματοποιείται από άτομα που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, είτε για λόγους λατρείας, είτε για να πάρουν μέρος σε θρησκευτικές τελετές και εκδηλώσεις, είτε για κάποιο τάμα που πιθανόν να έχουν κάνει. Η διάρκεια του τουρισμού είναι συνήθως για τρεις (3) ημέρες.

14. Τουρισμός Άθλησης:

Βασικό κίνητρο αυτής της μορφής του τουρισμού είναι η εξάσκηση κάποιου αθλήματος από τους πελάτες όπως τένις, γκολφ, προγράμματα γυμναστικής, ποδηλασία κ.α. Όποια ξενοδοχεία διαθέτουν την κατάλληλη υποδομή για τον τουρισμό άθλησης μπορούν να προσελκύσουν άτομα της υψηλής κοινωνίας, κάτι που ανεβάζει το κύρος του ξενοδοχείου.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων (γήπεδα τένις, γκολφ, γυμναστήρια κ.α.)

15. Τουρισμός Περιπέτειας:

Στον Τουρισμό Περιπέτειας, έντονο είναι το στοιχείο της έκπληξης και του άγνωστου, όπως η κωπηλασία και το σαφάρι σε άγνωστες περιοχές.

εισοδηματική στάθμη είναι περιορισμένη. Κάθε κράτος που θέλει να λέγεται σύγχρονο και σέβεται τους πολίτες του, έχει την υποχρέωση να παρέχει στα άτομα εκτός από υγεία, εκπαίδευση και κοινωνικό τουρισμό σε όσους δεν έχουν την δυνατότητα να κάνουν διακοπές για οικονομικούς λόγους.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, όπως η κατασκευή της κατάλληλης υποδομής, όπως η κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων που ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες των ατόμων, ακόμα η χορήγηση επιδομάτων διακοπών και τέλος η εφαρμογή προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για φοιτητές, σπουδαστές, μαθητές και συνταξιούχοι που η οικονομική τους κατάσταση δεν τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές.

20. Οικολογικός Τουρισμός:

Ο Οικολογικός Τουρισμός ικανοποιεί τις ανάγκες των τουριστών που επιθυμούν να περάσουν τις διακοπές τους κοντά στη φύση. Η ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού είναι απαραίτητη, όπου βέβαια είναι δυνατή. Πρέπει να τονίσουμε ότι η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα για την ανάπτυξη του Οικολογικού τουρισμού, λόγω του φυσικού της πλούτου.

8.2 Ο Ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων

Οι δημόσιες σχέσεις πρέπει να έχουν ως κύριο σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των τουριστών. Θα πρέπει να φροντίζουν για την ασφάλεια των τουριστών και να τους παρέχουν όλα εκείνα τα στοιχεία που θα τους αυξάνουν τον ενθουσιασμό, έτσι ώστε οι τουρίστες να επιλέξουν ξανά τον τόπο αυτό για τις διακοπές τους αλλά και να τον υποδείξουν σε φίλους και σε γνωστούς.

Τα άτομα που κάνουν τουρισμό περιπέτειας, είναι επιχειρηματίες, ελεύθεροι επαγγελματίες που λόγω της ζωής που κάνουν μέσα στο άγχος και στο στρες αναζητούν τη φυγή από τις μεγαλουπόλεις.

16. Τουρισμός Αναπήρων:

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του είναι η δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων, που θα πρέπει να διαθέτουν το ανάλογο εξοπλισμό, για την εξυπηρέτηση των αναπήρων και να έχουν τις ανάλογες προδιαγραφές. Τέτοιες προδιαγραφές είναι οι ανελκυστήρες, ειδικοί εξοπλισμοί στα δωμάτια και στους υπόλοιπους χώρους των ξενοδοχείων.

17. Λαϊκός Τουρισμός:

Κύριο χαρακτηριστικό του Λαϊκού Τουρισμού, είναι η πελατεία που αποτελείται από άτομα της χαμηλής εισοδηματικής τάξης δηλ. την λαϊκή μάζα μαζί με τις οικογένειές τους.

18. Κοσμοπολίτικος Τουρισμός:

Στον Κοσμοπολίτικο Τουρισμό τον κύριο λόγο έχει ο κόσμος της αριστοκρατίας, οι μεγιστάνες του πλούτου και του χρήματος, οι οποίοι ταξιδεύουν από το ένα παραθεριστικό κέντρο στο άλλο. Τα άτομα αυτά μετακινούνται κυρίως με δικά τους μεταφορικά μέσα, όπως αεροπλάνα, κότερα, θαλαμηγούς και διαμένουν σε ξενοδοχεία πολυτελείας, σε θαλαμηγούς, σε ενοικιαζόμενες επαύλεις. Πρέπει να πούμε ότι η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού την επιδιώκουν πολλές χώρες, γιατί τα χρήματα που αφήνουν οι τουρίστες είναι αρκετά.

19. Κοινωνικός Τουρισμός:

Ο Κοινωνικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από άτομα του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η

Τα στοιχεία στα οποία θα πρέπει να στηρίζονται οι δημόσιες σχέσεις είναι:

- ΚΥΡΟΣ
- ΚΑΛΗ ΦΗΜΗ
- ΚΑΛΗ ΕΙΚΟΝΑ
- ΚΑΛΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΤΥΠΟ
- ΕΔΡΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Έτσι οι δημόσιες σχέσεις για να μπορέσουν να κινητοποιήσουν τους τουρίστες έχουν χρέος να παρουσιάζουν όλα τα κίνητρα έτσι ώστε να προσελκύσουν όλο και περισσότερους τουρίστες.

Για να μπορέσει να πετύχει ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων θα πρέπει να στηρίζεται στο χαμόγελο, την καθαριότητα, την καλή διάθεση για εξυπηρέτηση, την ευγένεια και τους καλλίους τρόπους.

Η σωστή διαφημιστική καμπάνια είναι ο καλύτερος τρόπος για την εφαρμογή δημοσίων σχέσεων.

8.3 Διαφήμιση – Προβολή του Τουριστικού Προϊόντος

Διαφήμιση! Σύμφωνα με τις απόψεις του μεγαλύτερου μέρους του επιχειρηματικού κόσμου η καλύτερη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού είναι η διαφήμιση.

Το πώς θα διαφημιστεί και θα προβληθεί η Ελλάδα και τα τοπία της στο εξωτερικό είναι το πιο δύσκολο σημείο. Η προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι ανάγκη να γίνει κατά τέτοιο τρόπο έτσι ώστε

να μπορέσει να προσελκύσει όλο και περισσότερους τουρίστες. Μέχρι αυτή τη στιγμή η προβολή μας στο εξωτερικό είναι ελλιπής.

Ο ανταγωνισμός με τα ξένα τουριστικά προϊόντα είναι σκληρός και για την αντιμετώπισή του απαιτούνται οικονομικά μέσα, ο σωστός σχεδιασμός, το σωστό πρόγραμμα και η κατάλληλη οργάνωση.

Η προβολή του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό πρέπει να γίνει από την πολιτεία και πρέπει να πραγματοποιείται σταθερά κάθε χρόνο και να γίνεται και για τον τουρισμό και για τα ελληνικά προϊόντα.

Οι στόχοι της διαφημιστικής μας καμπάνιας θα πρέπει να αποσκοπούν στην καλυτέρευση της εικόνας της Ελλάδας, στην προσέλκυση τουριστών υψηλής εισοδηματικής επιφάνειας, στην ανάδειξη των θετικών στοιχείων της χώρας μας και στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού.

8.4 Ψυχαγωγία και Άθληση. Ο Ρόλος τους στην Ανάπτυξη του Τουρισμού

Η ψυχαγωγία, η άθληση και η διαμονή είναι μερικά από τα στοιχεία που μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και τις περισσότερες φορές συνδέονται με το σκοπό των διακοπών. Η ψυχαγωγία τις περισσότερες φορές δεν προσφέρεται οργανωμένα στον τουρίστα, σε αντίθεση με το ταξίδι, τη διαμονή και την άθληση. Με την εξέλιξη του τουρισμού, η διαμονή και το ταξίδι έχουν εξελιχθεί ποιοτικά, ενώ η ψυχαγωγία που είναι και το κυριότερο στοιχείο του τουριστικού προϊόντος δεν έχει την ποιότητα που θα έπρεπε να έχει.

Γι' αυτό το λόγο είναι ανάγκη η ψυχαγωγία να έχει την απαιτούμενη ποιότητα, γιατί μετά το βραδινό φαγητό, όλοι οι τουρίστες αναζητούν την ποιοτική ψυχαγωγία. Οι τουρίστες που διασκέδασαν στις διακοπές τους έμειναν ευχαριστημένοι από αυτές, σε αντίθεση με όλους αυτούς τους τουρίστες που δεν διασκέδασαν και συνεπώς επιστρέψαν στην μόνιμη κατοικία τους με παράπονα.

Ο ρόλος της άθλησης στον τουρισμό βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο, σε σχέση με την ψυχαγωγία. Λίγες είναι οι περιπτώσεις που οι τουρίστες, κατά την διάρκεια των διακοπών επιζητούν να ασχοληθούν με κάποιο αθλημα. Τις περισσότερες φορές οι τουρίστες που αθλούνται το κάνουν κυρίως για ψυχαγωγικούς λόγους. Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι η ψυχαγωγία σε συνδυασμό με την άθληση μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στην ανάπτυξη του τουρισμού.

8.5 Κοινωνικοποίηση του Εσωτερικού Τουρισμού

Όλοι οι Έλληνες επιθυμούν να κάνουν τις διακοπές τους κυρίως κατά τους θερινούς μήνες. Για να μπορέσουν, όμως να εξασφαλίσουν το δικαίωμα αυτό θα πρέπει να βοηθήσει το ίδιο το Κράτος. Σήμερα όμως, όλη η τουριστική μας υποδομή και αναδομή (καταλύματα, ψυχαγωγία κ.α.), έγιναν σύμφωνα με τις ανάγκες του ξένου τουρίστα, ο οποίος διαθέτει το διπλάσιο εισόδημα από τον Έλληνα τουρίστα.

Έτσι είναι απαραίτητη η κοινωνικοποίηση του τουρισμού με την δημιουργία καταλυμάτων, που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του Έλληνα τουρίστα και παράλληλα να δωθούν στους εργαζομένους οικονομικά και κοινωνικά κίνητρα.

Τα κίνητρα αυτά συνδυάζονται με χωρικές και χρονικές μετακινήσεις. Οι χρονικές μετακινήσεις βοηθούν στην άμβλυση της εποχικότητας γιατί δίνονται κίνητρα στους τουρίστες να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους όχι μόνο τους θερινούς αλλά και τους χειμερινούς μήνες. Με τις χωρικές πετυχαίνονται μετακινήσεις των τουριστών από τα μεγάλα αστικά κέντρα προς τις περιφέρειες τουριστικού ενδιαφέροντος.

8.6 Πολιτική Τουριστικών Μεταφορών

Στην Ελλάδα, όπως και σε πολλές χώρες, δίνεται μεγάλη σημασία στον τουρισμό γιατί το συνάλλαγμα που μπαίνει στη χώρα από τους τουρίστες είναι αρκετά μεγάλο.

Έτσι καθήκον της τουριστικής πολιτικής είναι η καλυτέρευση της τουριστικής διακίνησης. Εκτός αυτού, το Κράτος έχει την υποχρέωση να ασχοληθεί και με τον τομέα των τουριστικών μεταφορών, επειδή η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός του τομέα αυτού είναι απαραίτητα.

Οι τουριστικές μεταφορές, έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν στη διακίνηση των τουριστών, τη δυνατότητα ανάπτυξης του τουρισμού και την εκμετάλλευση παραμεθώριων περιοχών.

Εντούτοις, σήμερα τα πράγματα για τις τουριστικές μεταφορές δεν είναι και τόσο ευχάριστα λόγω της έλλειψης εκσυγχρονισμού. Πρώτα - πρώτα το σιδηροδρομικό δίκτυο, θεωρείται απαράδεκτο γιατί η συντήρηση, η καθαριότητα των σταθμών και η εξυπηρέτηση του επιβατικού κοινού είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο.

Στην οδική μεταφορά, υπάρχουν τα περισσότερα παράπονα από τη μεριά των τουριστών, λόγω της κακής σήμανσης της κυκλοφορίας, της κακής κατασκευής των οδικών αρτηριών, της ανευθυνότητας των οδηγών που εκθέτουν τον Ελληνικό τουρισμό.

Η θαλάσσια μεταφορά, γίνεται με μεγάλη προχειρότητα και με αποτέλεσμα την ταλαιπωρία των τουριστών, μιας και τα ταξίδια με τα πλοία διαρκούν πολλές ώρες και είναι κουραστικά.

Τέλος, οι αερομεταφορές υπολογίζεται ότι βρίσκονται σε καλύτερο επίπεδο, από τα άλλα μέσα. Έτσι βλέπουμε ότι οι περισσότεροι τουρίστες, προτιμούν ως μέσο μετακίνησής τους τα αεροπλάνα, μιας και μπορούν να φτάσουν νωρίτερα στον τόπο προορισμού του τουρίστα. Τον τελευταίο χρόνο, λόγω κάποιων προβλημάτων μεταξύ της Ολυμπιακής και του Κράτους, έχουν δημιουργήσει μια αρνητική εικόνα για τις αερομεταφορές με αποτέλεσμα το επιβατικό κοινό να έχει αρκετά παράπονα.

Έτσι παρατηρούμε ότι το Κράτος πρέπει να πάρει μέτρα για την βελτίωση των τουριστικών μεταφορών.

Ένα μέτρο και ίσως το σημαντικότερο, είναι ο εκσυγχρονισμός των μεταφορών, που σημαίνει αντικατάσταση των παγίων με νέα τεχνολογικά μέσα καθώς και την αλλαγή του συστήματος.

Ένα άλλο μέτρο είναι η αποσυμφόρηση των μεγάλων κέντρων συγκοινωνιακής υποδομής και τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων κέντρων.

8.7 Εκσυγχρονισμός και Οργάνωση της Τουριστικής Εκπαίδευσης – Κατάρτιση Προσωπικού και Παροχή Ποιοτικών Υπηρεσιών

Όπως αναφέραμε και παραπάνω ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του Ελληνικού τουρισμού είναι το επίπεδο της τουριστικής εκπαίδευσης, γι' αυτό το λόγο η ποιοτική αναβάθμιση των απασχολουμένων στον τουρισμό, είναι απαραίτητη για τη βελτίωση της εικόνας μας στο εξωτερικό.

Αποτέλεσμα της μη ποιοτικής εκπαίδευσης του προσωπικού είναι να ασκείται μια έντονη κριτική προς το Κράτος. Κατά συνέπεια, γίνονται αρκετές προτάσεις για τη βελτίωση της τουριστικής εκπαίδευσης.

Μερικές απο τις προτάσεις είναι:

1. Εφαρμογή προγράμματος ταχύρρυθμης εκπαίδευσης των ήδη απασχολούμενων στον τομέα του τουρισμού.

2. Οι Τουριστικές Σχολές, θα πρέπει να είναι το κέντρο εκπαίδευσης όπου θα βγαίνουν στελέχοι, που διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις για να καλύψουν τις τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών στα ξενοδοχεία. Εννοείται ότι τα άτομα αυτά θα έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου.

3. Να παρέχονται κίνητρα στα άτομα, για συμπληρωματική απασχόλησή τους στις τουριστικές επιχειρήσεις κατά την περίοδο αιχμής δηλ. τους θερινούς μήνες.

4. Επαγγελματική κατοχύρωση των αποφοίτων των Τουριστικών Σχολών καθώς και των εργαζομένων.

5. Ίδρυση τμημάτων ειδικής κατάρτισης, που λείπουν από το εκπαιδευτικό πρόγραμμα, όπως τμήμα ξεναγών και λειτουργία τουριστικών γραφείων κ.α.

6. Καθιέρωση μεταπτυχιακών σπουδών στην ελληνική εκπαίδευση.

Έτσι με όλα όσα αναφέραμε σχετικά με την ελλειπή εκπαίδευση των απασχολούμενων με τον τουρισμό συμπεραίνουμε ότι δεν είμαστε ακόμα σε θέση να απαιτούμε τουρίστες της υψηλής εισοδηματικής τάξης, εφόσον δεν μπορούμε να προσφέρουμε ικανοποιητικές υπηρεσίες.

Ακόμα σε πολύ χαμηλό επίπεδο βρίσκεται ο επαγγελματισμός και αυτό γιατί οι απασχολούμενοι στις τουριστικές επιχειρήσεις, ενδιαφέρονται μόνο για το εύκολο κέρδος και όχι για το μόνιμο. Από την άλλη πλευρά οι ιδιοκτήτες των τουριστικών καταλυμάτων προτιμούν το ανειδίκευτο προσωπικό από το ειδικευμένο, με χαμηλότερες τιμές με στόχο τα υψηλότερα κέρδη.

Θα πρέπει όμως να καταλάβουμε ότι η επιτυχία μιας τουριστικής επιχείρησης ξεκινάει από το χαμηλότερο επίπεδο της πυραμίδας και προχωράει προς το ανώτερο επίπεδο. Έτσι είναι απαραίτητη η σωστή επιλογή προσωπικού.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Κεφάλαιο 9

ΜΕΣΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

9.1. Γενικά Στοιχεία

Μέσα στο όλο κύκλωμα του τουρισμού, πρωτεύοντα ρόλο διαδραματίζουν ορισμένες δραστηριότητες (επαγγέλματα), που αποσκοπούν στην αποκλειστική ή έμμεση εξυπηρέτηση του τουριστικού πλήθους. Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής είναι συνυφασμένη απόλυτα με την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων, των οποίων η ποιότητα των προσφερομένων απ'αυτές υπηρεσιών, εξαρτάται από την οργάνωση και τη σωστή λειτουργία τους.

Τα μέσα διαμονής αποτελούν βασική προϋπόθεση για την τουριστική ανάπτυξη. Προηγούνται της τουριστικής κίνησης και προετοιμάζουν το έδαφος για την υποδοχή του τουρίστα, η σημασία τους δεν είναι τόσο μεγάλη, που θα μπορούσαμε να πούμε, ότι Τουρισμός σημαίνει Ξενοδοχεία.

Στις σύγχρονες κοινωνίες τα άτομα, κάτω από την πίεση διαφόρων αναγκών, ταξιδεύουν πολύ συχνά, μακριά από τη μόνιμη κατοικία τους με αποτέλεσμα τη δημιουργία πολυπληθών μέσων διαμονής για την κάλυψη της ανάγκης στέγασής τους.

Τα ξενοδοχεία στην εποχή μας, μαζί με όλα τ'άλλα μέσα διαμονής δεν λύνουν μόνο το πρόβλημα της διανυκτερεύσεως, αλλά αποτελούν χώρους που ικανοποιούν ευρύτερες ψυχολογικές ανάγκες των τουριστών και έτσι προσφέρονται για ανάπαυση και αναψυχή.

Η αλματώδης αύξηση του τουρισμού και οι απαιτήσεις των περιηγητών, οδηγούν στη δημιουργία προϋποθέσεων, όχι μόνο ανετότερης παραμονής σε ένα ξενοδοχείο, αλλά και πλήρους εάν είναι δυνατόν, ικανοποίησης των αναγκών του τουρίστα μέσα σ' αυτό, ώστε να επιτευχθεί και παράταση στο χρόνο παραμονής του, που έχει σαν αποτέλεσμα και τη διάθεση περισσότερων χρημάτων, άρα επιτυγχάνεται έτσι εισαγωγή περισσότερου συναλλάγματος.

Εξ' αιτίας αυτού του λόγου, τα ξενοδοχεία αναπτύχθηκαν σε βαθμό τελειότητας και σήμερα παρουσιάζονται με διάφορες μορφές.

9.2. Μορφές Καταλυμάτων

Στην Ελλάδα τα καταλύματα διακρίνονται σε ξενοδοχεία και σε βοηθητικά καταλύματα. Όλα κατατάσσονται σε κατηγορίες, ανάλογα με τις προδιαγραφές που έχουν και την όλη συγκρότησή τους.

1. Στα ξενοδοχεία ανήκουν:

α. Τα ξενοδοχεία κλασσικού τύπου (Π.Δ 20/27 Αυγούστου 1932).

Αυτά είναι αυτοτελή και ενιαία οικήματα, συγκροτημένα σύμφωνα με την κείμενη Νομοθεσία, με προδιαγραφές και προσωπικό ανάλογο, έχουν δε σαν αποστολή την υποδοχή και την φιλοξενία των "ξένων" με την παροχή σ' αυτούς, έναντι ορισμένης αμοιβής, υπηρεσιών υγιεινής και άνετης διαμονής.

β. Τα ξενοδοχεία τύπου μπαγκαλόους (BANGALOWS).

Σ'αυτά συμπεριλαμβάνονται τα ξενοδοχεία, όπως νοούνται στην περίπτωση α' (ξενοδοχεία κλασσικού τύπου), με τη διαφορά ότι είναι συγκροτημένα από περισσότερα του ενός κτίρια, ήτοι ένα κεντρικό με τους κλειστούς κοινόχρηστους χώρους (εστιατόριο, κυλικείο, μπαρ, αίθουσες διασκέδασης κ.λ.π.) και πολλά συγκροτήματα υπνοδωματίων με μορφή μικρών σπιτιών, συνήθως από 2 έως 6 δωμάτια, καθώς και άλλες εγκαταστάσεις, όπως αθλοπαιδιές, παιδικές χαρές κ.λ.π. Εννοείται, ότι όλα τα πιο πάνω απαιτούν για τα μπαγκαλόους εκτεταμένους χώρους και εξοχικό περιβάλλον.

γ. Τα επιπλωμένα διαμερίσματα (Β.Δ 30-3/22-4-59)

Αυτά είναι ξενοδοχεία, που απαρτίζονται από πολλά πλήρη διαμερίσματα (υπνοδωμάτιο, σαλόνι, κουζίνα, λουτρό), εξοπλισμένα κατάλληλα. Λειτουργούν όπως τα ξενοδοχεία, αλλά οι υποχρεώσεις του ξενοδοχείου εξαντλούνται μέχρι της συνήθους εξυπηρέτησης στο θυρωρείο (τηλέφωνα, πληροφορίες κ.λ.π), την υποδοχή, τον καθαρισμό του διαμερίσματος μια φορά την ημέρα και τον ευπρεπισμό του κτιρίου.

δ. Οι ξενώνες (GUESTHOUSE).

Αυτά είναι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, που συγκροτούνται κυρίως από χώρους υποδοχής και υπνοδωματίων και παρέχουν τις βασικές υπηρεσίες ξενοδοχείου μέσης τάξης, λειτουργούν δε, σύμφωνα με τους κανόνες περί των ξενοδοχείων. Οι ξενώνες διακρίνονται μόνο σε Α' και Β' κατηγορίας και οι προδιαγραφές τους αντιστοιχούν σε ξενοδοχεία Β' και Γ'κατηγορίας. Οι τιμές που εισπράττουν καθορίζονται με απόφαση του Ε.Ο.Τ., ανάλογα με την όλη συγκρότησή που έχουν.

ε. Οικότροφεία.

Αυτά είναι γνωστότερα με τον ξένο όρο, που τείνει να επικρατήσει και στην Ελλάδα σαν "πανσιόν", είναι δε ξενοδοχεία, τα οποία έχουν γίνει κυρίως από μετατροπές κτιρίων, που αρχικά κατασκευάστηκαν για άλλη χρήση. Και αυτά λειτουργούν όπως τα ξενοδοχεία και κατατάσσονται σε κατηγορίες Α', Β' και Γ', που αντιστοιχούν σε προδιαγραφές και τιμές ενοικιάσεως με ξενοδοχεία Β', Γ' και Δ' κατηγορίας.

2. Στα βοηθητικά καταλύματα ανήκουν:

α. Οι ξενώνες νεότητας (YOUTH HOSTELS).

Είναι κτίρια σε καλή κατάσταση γενικά, εξοπλισμένα ανάλογα για την εξυπηρέτηση των αλλοδαπών σπουδαστών, που διακινούνται και παραθερίζουν στην Ελλάδα, παρέχουν δε σ'αυτούς στοιχειώδεις υπηρετήσεις και ανέσεις αντί μικρής αμοιβής.

Σύμφωνα με το άρθρο 16 παράγραφο 2 του Ν.864/37, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 26 παράγραφο 3 του Ν.Δ.3430/55, δικαίωμα ιδρύσεως ξενώνα στη χώρα μας έχουν η Ελληνική Λέσχη Περιηγήσεων και Αυτοκινήτου (Ε.Λ.Π.Α), η Ελληνική και Περιηγητική Λέσχη και η Ομοσπονδία των Εκδρομικών Σωματείων Ελλάδας.

Στην πράξη παρατηρείται, ότι στη χώρα μας λειτουργούν πολλοί τέτοιοι ξενώνες, που δεν καλύπτονται νομικά από τις παραπάνω διατάξεις. Οι ιδιοκτήτες τους έχουν δημιουργήσει Σωματεία, που τα καταστατικά τους έχουν εγκριθεί από το Πρωτοδικείο και στη συνέχεια δημοσιεύθηκαν στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, με αυτό δε το τρόπο ενεργήσαντες, προσέφυγαν στον Ε.Ο.Τ. και ζήτησαν να υπαχθούν στις προαναφερθείσες νομικές διατάξεις.

Ο Ε.Ο.Τ., θέλοντας να αντιμετωπίσει το πρόβλημα των ξενώνων νεότητας πιο αποτελεσματικά και γενικότερα, ανέλαβε τη δέσμευση να εισηγηθεί την έκδοση Ειδικού Νόμου, μέχρι την έκδοση του οποίου με την 507831/23-3-82. Απόφαση του Υπουργείου Προεδρίας Κυβερνήσεως, η Αστυνομία ανέχεται την χωρίς συγκεκριμένη άδεια λειτουργία των ξενώνων νεότητας, όμως ελέγχει αυτά για την σωστή τήρηση των Υγειονομικών Διατάξεων.

β. Τα Κάμπινγκς (CAMPINGS, Ν.392/76, όπως συμπλ. με το Ν.797/78).

Είναι κατάλληλα περιφραγμένοι χώροι, που βρίσκονται κοντά σε τουριστικά θέρετρα ή συγκοινωνιακούς κόμβους με αυξημένη κίνηση ή παραλίες. Η συγκρότησή τους, κυρίως, αφορά τους κοινόχρηστους χώρους. Σκοπός τους είναι η εξυπηρέτηση τουριστών κυρίως που διακινούνται με αυτοκίνητα ή άλλα μεταφορικά μέσα, παρέχουν δε σ'αυτούς βασικές διευκολύνσεις όπως: φως, νερό, σκηνές κ.λ.π.

γ. Τα κέντρα παραθερισμού αλλοδαπών (Ν.3185/55).

Είναι κατασκηνώσεις, στρατόπεδα, χωριά και σταθμοί διακοπών, που φτιάχνονται από την αρχή, για να λειτουργήσουν σαν τέτοια κέντρα. Οι εγκαταστάσεις τους είναι προσωρινές ή μόνιμες ή ημιμόνιμες και οργανώνονται από ημεδαπούς ή αλλοδαπούς (π.χ ΜΕΔΙΤΕΡΡΑΝΕΑΝ ΚΛΟΥΒ ΚΕΡΚΥΡΑΣ, παραθεριστικό Κέντρο Αρχιεπισκοπής Αμερικής στο Βαρθολομίο Ν.Ηλείας κ.λ.π.). Τα κέντρα αυτά πρέπει να λειτουργούν το λιγότερο (2) μήνες το χρόνο και από τους πελάτες τους τουλάχιστον το 75% να είναι αλλοδαποί ή Έλληνες που είναι μόνιμα εγκατεστημένοι στην αλλοδαπή.

Τα παραθεριστικά κέντρα αλλοδαπών λειτουργούν με δύο άδειες:

- ◆ Άδεια σκοπιμότητας και
- ◆ Άδεια καταλληλότητας

Και οι δύο αυτές άδειες χορηγούνται από τον Ε.Ο.Τ.

δ. Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια (άρθρο 10 Ν.431/37 άρθρο 20 Ν.Δ 3430/55, Β.Δ 30-3/22-4-59).

Είναι δωμάτια ιδιωτικών κατοικιών, που βρίσκονται σε κατάσταση καλή από απόψεως κτιρίου, υγιεινής και ευπρεπούς διαμονής, λειτουργούν δε κατά τους μήνες αιχμής της τουριστικής κίνησης, για να εξυπηρετήσουν την πλεονάζουσα πελατεία των ξενοδοχείων. Ο Ε.Ο.Τ. κάθε χρόνο εκδίδει μια σχετική απόφαση, με την οποία καθορίζει το χρόνο λειτουργίας τους και διάφορες άλλες λεπτομέρειες ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια κατατάσσονται σε Α', Β' και κατηγορίες που αντιστοιχούν σε Γ' , Δ' και Ε' κατηγορίες ξενοδοχείων.

ε. Τα πανδοχεία.

Είναι η παλαιότερη μορφή ξενοδοχείων στην Ελλάδα και τα περισσότερα υστερούν από τα απαιτούμενα για το ξενοδοχείο προσόντα. Τα ήδη υπάρχοντα διατηρούνται και σήμερα σε λειτουργία, εξυπηρετούν πελάτες ορισμένης κατηγορίας.

στ. Τα Τουριστικά Καταλύματα ή Παραδοσιακά Κτίσματα.

Ορισμένα παλαιά κτίσματα με αρχιτεκτονική αξία είναι δυνατόν να μετατραπούν σε βοηθητικά καταλύματα, εφόσον υπάρχουν διάφορες προϋποθέσεις και χορηγηθεί σχετική άδεια από τον Ε.Ο.Τ.

Βασική δικαιολογία για τον πιο πάνω χαρακτηρισμό είναι η προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας μας, βασική δε προϋπόθεση για το χαρακτηρισμό τους είναι, ότι αυτά θα λειτουργήσουν όπως (αρχιτεκτονικά) και στην εποχή που κατασκευάστηκαν καθώς και με επίπλωση ανάλογη της εποχής τους ή χαρακτηριστική για την περιοχή που βρίσκονται.

9.3 Ξενοδοχεία

9.3.1 Ιστορική Ανασκόπηση των Ξενοδοχείων

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία είναι το αποτέλεσμα της εξέλιξης και της υλοποίησης του αισθήματος φιλοξενίας που διακρίνει τους ανθρώπους. Οι αρχαίοι Έλληνες είχαν θεοποιήσει την φιλοξενία και κάθε παράβαση των εθίμων της αποτελούσε αμάρτημα, που πίστευαν ότι το τιμωρούσαν οι θεοί.

Ήταν τόσο έντονο και αναπτυγμένο το αίσθημα της φιλοξενίας, ώστε είχαν διαρρυθμίσει τα σπίτια τους για να φιλοξενούν επισκέπτες, περαστικούς και προσκεκλημένους. Όταν ο ξένος αναχωρούσε, του πρόσφεραν δώρα, που ήταν ανάλογα με τη σχέση που διατηρούσε με τον οικοδεσπότη.

Με το πέρασμα των χρόνων αυξήθηκε η μετακίνηση των κατοίκων και η υποτυπώδης τουριστική αυτή κίνηση δεν μπορούσε να βρει καταφύγιο με την φιλοξενία. Έτσι η φιλοξενία γίνεται οργανωμένη και κάνουν την εμφάνισή τους τα δημόσια καταγώγια, που φιλοξενούσαν άτομα για κάθε επίσημη εκδήλωση της πόλης, όπως αγώνες, θρησκευτικές εορτές κ.ά. Γνωστό καταγώγιο της εποχής είναι το «Λεωνίδαιο» στην Αρχαία Ολυμπία.

Παράλληλα με την δημόσια φιλοξενία μέσω των καταγωγίων, η ιδιωτική πρωτοβουλία αναλαμβάνει την κερδοσκοπική εκμετάλλευση της φιλοξενίας. Έτσι λειτούργησαν τα πρώτα πανδοχεία με άθλια εμφάνιση από ανθρώπους κοινωνικά κατώτερους, στις διασταυρώσεις των μεγάλων δρόμων, για να εξυπηρετούν τους ξένους που ταξίδευαν.

Η εξέλιξη των πανδοχείων είναι τα ξενοδοχεία της εποχής εκείνης, τα οποία στις γιορτές των «Διονυσίων» είχαν μεγάλη κίνηση. Στην Βυζαντινή εποχή αναπτύχθηκε η ξενοδοχεία.

Τα καταγώγια μετατράπηκαν σε ξενώνες και έπαιρναν επιχορήγηση από τους βασιλείς. Οι ιδιοκτήτες των ξενώνων ήταν άτομα μορφωμένα και κοινωνικώς καταξιωμένα.

Με την πτώση του Βυζαντίου, η άσχημη οικονομική κατάσταση των Ελλήνων προκάλεσε διολίσθηση της τουριστικής κίνησης. Καταλύματα της εποχής εκείνης είναι τα «χάνια», που πρόσφεραν τροφή και στέγη για λίγες ώρες. Την εποχή της Τουρκοκρατίας, η φιλοξενία γινόταν σε σπίτια και οι χώροι της φιλοξενίας αποκαλούνταν «μισαφίρ οντάδες». Τα πανδοχεία ήταν λιγοστά με απαίσια εμφάνιση και διανυκτέρευαν όσοι δεν είχαν εναλλακτική λύση.

Με τον καθορισμό ως πρώτης πρωτεύουσας της Ελλάδας του Ναυπλίου και με την κάθοδο των Βαυαρών, παρουσιάστηκαν ανάγκες στέγασης και σύμφωνα με τα οικονομικά μέσα της εποχής δημιουργήθηκαν τα πρώτα ξενοδοχεία.

Επί βασιλείας του Όθωνα κτίστηκε στο Ναύπλιο το πρώτο ξενοδοχείο, όπου έμεναν Βαυαροί και ξένοι επίσημοι, με την επωνυμία «Ξενοδοχείον του Λονδίνου». Άλλο ξενοδοχείο ήταν του Κολοκοτρώνη με διευθυντή τον Ιταλό Γκιουζέπε.

Το πρώτο ξενοδοχείο της Αθήνας, το “ALBERGO NUOMO” του Ιταλού Καζάλι, ιδρύθηκε το 1841, όταν μεταφέρθηκε εκεί η πρωτεύουσα, όπου σύχναζαν ναυτικοί και περιηγητές. Εκεί έγινε το 1841 ο πρώτος μεγάλος Δημοτικός χορός και παρευρέθησαν οι Βασιλείς και ο διάδοχος της Βαυαρίας.

Το ξενοδοχείο που θεμελίωσε την Ελληνική Ξενοδοχεία, ήταν η «Μεγάλη Βρεττανία» που ιδρύθηκε από τον Αναστάσιο Παναγιώτη το 1874.

Το αρχαιότερο ξενοδοχείο, με τα στοιχεία που υπάρχουν μέχρι σήμερα, είναι ‘ο Αετός’ στο Παρίσι το 1302 και ο «Λευκός Λέων» στη Βενετία το 1482.

Η ονομασία 'hotel' δίνεται για πρώτη φορά στη Γαλλία στους πύργους, που οι ιδιοκτήτες τους θέλουν να τονίσουν ότι διαθέτονται για φιλοξενία. Οι πρώτοι που αντιμετώπισαν σαν οργανωμένη οικονομική μονάδα τα ξενοδοχεία και καθιέρωσαν κοινό τιμολόγιο, είναι οι ελβετοί το 1843.

Άλλα γνωστά ξενοδοχεία είναι το WOLDORF ASTORIA στην Ν. Υόρκη το 1931, το PLAZA HOTEL στο Νητρώιτ το 1977, που θεωρείται το υψηλότερο ξενοδοχείο του κόσμου με ύψος άνω των 220 μέτρων, 73 ορόφους και 1400 δωμάτια, το SAVOY στο Λονδίνο κ.ά.

9.3.2. Διακρίσεις Ξενοδοχείων

Τα ξενοδοχεία «υπό την ευρεία έννοια» διακρίνονται ως εξής:

1) Ανάλογα με την **κατηγορία** που ανήκουν:

- Υπερπολυτελείας
- Πολυτελείας
- Α' κατηγορίας
- Β' κατηγορίας
- Γ' κατηγορίας
- Δ' κατηγορίας
- Ε' κατηγορίας

2) Ανάλογα με τις **υπηρεσίες** που προσφέρουν:

- Απλά (όταν προσφέρουν μόνο ύπνο)
- Σύνθετα (όταν προσφέρουν ύπνο και φαγητό)
- Πολυσύνθετα (όταν προσφέρουν ύπνο, φαγητό, αθλητικές δραστηριότητες, μέσα διασκέδασης κ.ά).

3) Ανάλογα με τον **τόπο εγκατάστασης**:

- Αστικά (βρίσκονται στις πόλεις)

- Ορεινά (βρίσκονται σε ορεινές περιοχές π.χ. καταφύγια, σαλέ)
- Παραθαλάσσια (βρίσκονται κοντά σε θάλασσα και εξυπηρετούν τις καλοκαιρινές διακοπές)
- Ιαματικών πηγών (βρίσκονται κοντά σε ιαματικές πηγές και εξυπηρετούν πάσχοντες ανθρώπους)
- Συγκοινωνιακών κέντρων (βρίσκονται κοντά σε λιμάνι, αεροδρόμιο, σιδηροδρομικό σταθμό)

4) Ανάλογα με την διάρκεια λειτουργίας:

- Συνεχούς λειτουργίας (λειτουργούν όλη τη διάρκεια του έτους)
- Εποχιακής λειτουργίας (λειτουργούν ορισμένους μήνες)

5) Ανάλογα με την Διοικητική τους μορφή:

- Αυτοτελές ξενοδοχείο
- Αλυσίδα ξενοδοχείων

6) Ανάλογα με την οικονομική τους μορφή:

- Ατομική επιχείρηση (όταν ο επιχειρηματίας είναι ένα φυσικό πρόσωπο)
- Εταιρική επιχείρηση (όταν επιχειρηματίες είναι δύο ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα)

7) Ανάλογα με την νομική τους μορφή:

- Ο.Ε, Ε.Ε, Ε.Π.Ε, Α.Ε, κλπ.

8) Ανάλογα με το μέγεθός τους:

- Μικρά (έχουν λιγότερα από 100 δωμάτια)
- Μεσαία (έχουν από 100 έως 300 δωμάτια)
- Μεγάλα (έχουν πάνω από 300 δωμάτια)

9) Ανάλογα με τους πελάτες:

- Μονίμων πελατών (όπως φοιτητές, πληρώματα αεροπλάνων, υπάλληλοι με μετάθεση κ.α.)
- Περαιστικών πελατών (οι εναλλασσόμενοι πελάτες που μένουν για μικρό χρονικό διάστημα λόγω διακοπών ή εργασίας)

10) Ανάλογα με την κτιριακή τους συγκρότηση:

- Πολυώροφο κτίριο (συνηθισμένη κατασκευή ξενοδοχείου σε ένα κτίριο)
- Μπαγκαλούς (μικρά συγκροτήματα διαμερισμάτων με την μορφή μικρών εξοχικών σπιτιών)
- Μικτά (όταν η ξενοδοχειακή μονάδα αποτελείται από πολυώροφο κτίριο και μπαγκαλούς)

11) Η διεθνής ταξινόμηση των ξενοδοχείων είναι:

- 1*
- 2*
- 3*
- 4*
- πολυτελείας (PALACES)

12) Ανάλογα με το σχέδιο λειτουργίας και τη συμφωνία που γίνεται με τον πελάτη

- Ευρωπαϊκό σχέδιο – European plan (η τιμή περιλαμβάνει μόνο το δωμάτιο)
- Αμερικάνικο σχέδιο – American plan ή full board (η τιμή περιλαμβάνει το δωμάτιο, πρωινό και βραδινό)
- Τροποποιημένο Αμερικάνικο σχέδιο – Modified American plan (η τιμή περιλαμβάνει το δωμάτιο, πρωινό και βραδινό)

- Half board (η τιμή περιλαμβάνει το δωμάτιο, πρωινό και ένα γεύμα μεσημεριανό ή βραδυνό κατ'εκλογή του πελάτη)
- Ηπειρωτικό σχέδιο – Continental plan (η τιμή περιλαμβάνει το δωμάτιο και πρωινό).

9.3.3 Ξενοδοχεία Κλασσικού Τύπου

Οι όροι ανέγερσης ξενοδοχείου:

Οι όροι ανέγερσης ενός ξενοδοχείου καθορίζονται με το Π.Δ 20/27 Αυγούστου 1932, το Β.Ν 27/4-14/5/37 άρθρο 1. Με βάση τους παραπάνω νομούς όποιος επιχειρηματίας επιθυμεί την ανέγερση του ξενοδοχείου του έχει την υποχρέωση να ακολουθήσει τις εξής διαδικασίες:

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνει ο επιχειρηματίας είναι να ζητήσει έγκριση καταλληλότητας, από τον ΕΟΤ, εφόσον έχει επιβάλλει μια αίτηση με σχεδιαγράμματα του οικοπέδου, που θα χτίσει το ξενοδοχείο του, καθώς και σχεδιαγράμματα της περιοχής. Στη συνέχεια, εφόσον εγκριθεί η άδεια καταλληλότητας της ξενοδοχειακής επιχείρησης, προχωράει στην σύνταξη της μελέτης, η οποία πρέπει να γίνει σύμφωνα με την κατηγορία και τον τύπο του ξενοδοχείου. Το τρίτο βήμα είναι να προχωρήσουν οι αρμόδιες υπηρεσίες του ΕΟΤ στον έλεγχο των σχεδίων για να αποφασίσουν την καταλληλότητα των σχεδίων ή όχι. Στη συνέχεια, εφόσον τα σχέδια εγκριθούν από τον ΕΟΤ, επιστρέφονται στον επιχειρηματία θεωρημένα, ο οποίος με την σειρά του θα τα υποβάλλει στην Πολεοδομία για να εκδοθεί η άδεια οικοδομής του ξενοδοχείου.

Σε αυτό το σημείο δεν πρέπει να ξεχάσουμε να αναφέρουμε ότι απαγορεύεται κατά την ανέγερση του ξενοδοχείου κάθε παρέκκλιση από τα σχέδια, τα οποία έχουν εγκριθεί από τον ΕΟΤ.

Το επόμενο βήμα είναι ο επιχειρηματίας να ζητήσει με την αίτησή του από αρμόδια όργανα του ΕΟΤ τη διενέργεια επιθεώρησης για να χορηγήσουν τις άδειες κτιρίου και λειτουργίας. Οι άδειες αυτές χορηγούνται μετά την ολοκλήρωση της οικοδομής και τον εξοπλισμό της με όλα τα απαραίτητα μέσα και εφόσον διαπιστωθεί ότι τηρούνται όλοι οι όροι ανέργεσης.

Τελειώνοντας πρέπει να πούμε ότι ο ΕΟΤ έχει το δικαίωμα να μην εγκρίνει την ανέργεση ενός ξενοδοχείου σε μια περιοχή, στην περίπτωση που στην ίδια περιοχή υπάρχουν πολλά ξενοδοχεία.

Άδεια κτιρίου: Ο ΕΟΤ χορηγεί στον ιδιοκτήτη, πριν ακόμα αυτό αρχίσει να λειτουργεί, την άδεια κτιρίου. Η άδεια κτιρίου εκδίδεται στο όνομα του ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου, εφόσον διαπιστώθηκε μετά το τέλος της επιθεώρησης, ότι η κατασκευή του έγινε σύμφωνα με τα σχέδια που έχουν εγκριθεί από τον ΕΟΤ και εφόσον υπάρχει ο απαραίτητος εξοπλισμός όπως υδραυλικές αποχετεύσεις και λοιπές εγκαταστάσεις. Από την πλευρά του ο επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος να υποβάλλει στην αρμόδια υπηρεσία του ΕΟΤ μια σχετική αίτηση, τη βεβαίωση του Κέντρου Κοινωνικής Πολιτικής για την καταλληλότητα του αποχετευτικού συστήματος του κτιρίου.

Στην άδεια που χορηγείται αναγράφονται τα εξής στοιχεία:

- Το όνομα του ιδιοκτήτη του ξενοδοχείου.
- Ο αυξων αριθμός του ειδικού βιβλίου αδειών κτιρίου του ΕΟΤ.
- Ο χρόνος λήξης της άδειας.

- Η κατηγορία του ξενοδοχείου και η χρήση για την οποία εκδόθηκε η άδεια.

- Η οδός και ο αριθμός που βρίσκεται το ξενοδοχείο.

Η άδεια κτιρίου ισχύει για πέντε χρόνια και εφόσον περάσουν τα πέντε χρόνια, ο ιδιοκτήτης είναι υποχρεωμένος να υποβάλλει στον ΕΟΤ μια αίτηση ανανέωσης. Η νέα άδεια λειτουργίας χορηγείται στον επιχειρηματία εφόσον μετά το τέλος της επιθεώρησης διαπιστωθεί ότι οι εγκαταστάσεις του κτιρίου είναι σε άριστη κατάσταση.

Ο επιχειρηματίας έχει το δικαίωμα να ζητήσει την έκδοση νέας άδειας λειτουργίας ακόμα και όταν δεν έχει λήξει η παλαιά άδεια. Αυτό γίνεται στις εξής περιπτώσεις:

- Σε περίπτωση μεταβίβασης λόγω κληρονομιάς
- Σε περίπτωση ολικής και μερικής μεταβίβασης της κυριότητας του κτιρίου.
- Σε περίπτωση μεταβολής των προσώπων όταν πρόκειται για εταιρεία
- Σε περίπτωση επεκτάσεως της επιχείρησης

Ειδικό Σήμα - Άδεια Λειτουργίας: Μετά την έκδοση της άδειας κτιρίου εκδίδεται η άδεια λειτουργίας ή ειδικό σήμα για να μπορέσει να λειτουργήσει η ξενοδοχειακή επιχείρηση. Η άδεια λειτουργίας χορηγείται

στον επιχειρηματία. Για να εκδοθεί η άδεια λειτουργίας ξενοδοχείου πρέπει να γίνουν τα εξής:

- Να έχει χορηγηθεί η άδεια κτιρίου ή να χορηγηθεί ταυτόχρονα με την άδεια λειτουργίας.
- Να εγκριθεί ο τίτλος του ξενοδοχείου.
- Να γίνει η πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού, που θα διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα.
- Να εξοπλιστεί το ξενοδοχείο με έπιπλα, σκεύη και μηχανήματα
- Να διοριστεί υπεύθυνος διευθυντής.
- Ο επιχειρηματίας να υποβάλλει στον ΕΟΤ μια σχετική αίτηση στην οποία θα περιέχονται τα εξής στοιχεία:
 1. Εταιρικό ή καταστατικό όταν πρόκειται για εταιρείες.
 2. Αντίγραφο ποινικού μητρώου του επιχειρηματία.
 3. Βεβαίωση για την καταλληλότητα του αποχετευτικού συστήματος από το Κέντρο Κοινωνικής Πολιτικής.
 4. Απόδειξη από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος ότι το χρηματικό ποσό που είναι απαραίτητο κατατέθηκε.
 5. Διπλότυπο καταθέσεως παραβόλου υπέρ του ΕΟΤ ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου.
 6. Πιστοποιητικό γραμματικών γνώσεων του επιχειρηματία.

7. Τέλος, σε περίπτωση μισθώσεως, ένα μισθωτήριο συμβόλαιο

Στην άδεια λειτουργίας του ξενοδοχείου πρέπει να αναγράφονται τα εξής στοιχεία:

1. Τα στοιχεία του επιχειρηματία (όνομα, επώνυμο, διεύθυνση κατοικίας κ.α.)
2. Ο τίτλος του ξενοδοχείου.
3. Η κατηγορία στην οποία ανήκει το ξενοδοχείο.
4. Η δυναμικότητα του ξενοδοχείου σε δωμάτια, σε κλίνες, σε μονόκλινα, δίκλινα δωμάτια και διαμερίσματα.
5. Η διεύθυνση στην οποία βρίσκεται το ξενοδοχείο
6. Ο αύξων αριθμός του ειδικού βιβλίου που τηρεί ο ΕΟΤ
7. Τέλος, η χρονολογία λήξης της άδειας λειτουργίας.

Η άδεια λειτουργίας του ξενοδοχείου ισχύει για τρία χρόνια. Μετά την παρέλευση των τριών χρόνων ο επιχειρηματίας έχει την υποχρέωση να ζητήσει ανανέωση της άδειας λειτουργίας, εφόσον υποβάλλει σχετική αίτηση. Η νέα άδεια λειτουργίας ή ειδικό σήμα θα χορηγηθεί εφόσον διαπιστωθεί μετά το τέλος της επιθεώρησης ότι ο εξοπλισμός του ξενοδοχείου είναι σε καλή κατάσταση και εφόσον έχει γίνει πρόσληψη νέου προσωπικού.

Σε περίπτωση θανάτου του επιχειρηματία, η άδεια λειτουργίας του ξενοδοχείου μεταβιβάζεται στους κληρονόμους του ή τον/την σύζυγό του. Εάν οι κληρονόμοι του επιθυμούν να συνεχίσουν την λειτουργία του ξενοδοχείου, οφείλουν να ζητήσουν από τον ΕΟΤ, μέσα σε τρεις μήνες την έκδοση νέας άδειας λειτουργίας. Εάν τώρα υφίσταται διάλυση της επιχείρησης, ο κάτοχος της άδειας έχει το δικαίωμα να ζητήσει μέσα σε ένα

(1) μήνα την ανασύσταση της ξενοδοχειακής επιχείρησης και να πάρει μια νέα άδεια, εφόσον το κτίριο, μετά από επιθεώρηση κριθεί κατάλληλο από τον ΕΟΤ.

Τιμές Ξενοδοχείων: Οι τιμές των ξενοδοχείων, που μπορούν να εισπράττουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αναγράφονται σε:

1. Σε μια ειδική "Πινακίδα Ενημέρωσης του Πελάτη", η οποία πρέπει υποχρεωτικά να αναρτηθεί σε εμφανές μέρος, όπως στο χώρο υποδοχής εφόσον πρώτα έχει θεωρηθεί από την Αστυνομική Αρχή ή από τον ΕΟΤ.

2. Τέλος σε κατάλογο τιμών, ο οποίος αφού θεωρηθεί θα αναρτηθεί σε εμφανές μέρος.

Χρόνος Ισχύους και Ύψους Τιμών Ξενοδοχείων:

1. Ο ΕΟΤ κάθε χρόνο εκδίδει μια Υπουργική Απόφαση με την οποία καθορίζονται οι τιμές που μπορούν τα ξενοδοχεία να εισπράττουν, χωρίς να εκδίδει δήλωση.

2. Οι τιμές που έχουν δικαίωμα να εισπράττουν τα ξενοδοχεία από τους πελάτες ισχύουν από 1η Ιανουαρίου μέχρι 31η Δεκεμβρίου κάθε χρόνο.

3. Τα ξενοδοχεία έχουν υποχρέωση να υποβάλλουν τις υπεύθυνες δηλώσεις για τις τιμές που θέλουν να εισπράττουν.

4. Σε περίπτωση, οι τιμές που αναγράφονται στις υπεύθυνες δηλώσεις, είναι μεγαλύτερες από τα κατώτερα όρια, υποβάλλονται στον

ΕΟΤ για έγκριση μέχρι τις 15 Οκτωβρίου κάθε χρόνου. Εάν κάποιος δεν υποβάλλουν τη δήλωση θεωρείται ότι αποδέχονται τις κατώτερες τιμές.

5. Εφόσον έχουν εγκριθεί οι τιμές θεωρούνται δεσμευτικές και δεν επιτρέπεται καμία μετατροπή.

4. Οι σταθερές τιμές, που καθορίζονται για κάθε κατηγορία ξενοδοχείου περιέχουν:

- Ποσοστό υπηρεσίας 15% όπως προβλέπεται από τον Ν.Δ. 15\266-7-26.

- Το αντίτιμο για την χορήγηση σαπουνιού και την μεταφορά αποσκευών και

- Τέλος το αντίτιμο για την παροχή θέρμανσης και θερμού ύδατος.

7. Εκτός όμως από τα όρια τιμών που δηλώθηκαν από τις ξενοδοχειακές μονάδες προστίθονται και οι επιβαρύνσεις, οι οποίες εισπράττονται από τον πελάτη και αφού εισπραχθούν αποδίδονται σε τρίτους.

Οι επιβαρύνσεις αυτές είναι:

- Φόρος Διαμονής Παρεπιδημούντων ή όπως αλλιώς λέγεται Δημοτικός Φόρος.

- Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ), 6%.

8. Υπάρχουν και οι λοιπές προσαυξήσεις, που είναι οι εξής:

- Εάν κάποιος πελάτης ζητήσει να προστεθεί και άλλη κλίνη σε μονόκλινο ή σε δίκλινο δωμάτιο τότε το ξενοδοχείο έχει το δικαίωμα να ζητήσει προσαύξηση 20%.

- Όταν πελάτης μείνει σε ξενοδοχείο Α', Β', Γ', Δ', και Ε' κατηγορίας μέχρι και δύο ημέρες παραπάνω, τότε ο επιχειρηματίας έχει το δικαίωμα να προσαυξήσει τις τιμές που έχουν δηλωθεί και εγκριθεί κατά 10%.

Εκπτώσεις:

Οι ξενοδόχοι έχουν το δικαίωμα να προχωρήσουν σε έκπτωση μέχρι και 25% όταν πρόκειται για όρια που δεν είναι μικρότερα των τεσσάρων (4) ατόμων. Δεν επιτρέπεται καμία έκπτωση παραπάνω από την τιμή που έχει δηλωθεί και οι παραβάτες διώκονται για αθέμιτο ανταγωνισμό.

Στους δικαιούχους του Προγράμματος Κοινωνικού Τουρισμού, οι ξενοδόχοι έχουν την υποχρέωση βάσει μιας ειδικής σύμβασης, να εφαρμόζουν και να πριμοδοτούν τα Προγράμματα Κοινωνικού Τουρισμού και να προβαίνουν σε εκπτώσεις μεγαλύτερες του 50% των τιμών που είχαν δηλωθεί.

Έλεγχος-Κυρώσεις: Οι κυρώσεις για κάθε παράπτωμα ξενοδοχείου, για την μη σωστή οργάνωση και λειτουργία του επιβάλλονται είτε από τον αρμόδιο Διευθυντή του ΕΟΤ, είτε από τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ.

Ο αρμόδιος Διευθυντής μπορεί να επιβάλλει με απόφασή του:

1. Πρόστιμο από 5.000 δρχ έως 20.000 δρχ, το οποίο πληρώνεται στο Ταμείο του ΕΟΤ.

2. Επίπληξη.

Ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, μπορεί να επιβάλλει με αποφασή του:

1. Πρόστιμο από 20.000 δρχ έως 200.000 δρχ το οποίο κατατίθενται στο Ταμείο του ΕΟΤ.

2. Προσωρινή αφαίρεση της άδειας λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας, για έξι (6) μήνες.

3. Οριστική αφαίρεση του ειδικού σήματος λειτουργίας, εφόσον έχει επιβληθεί πρόστιμο αφαίρεσης στον ξενοδόχο δύο φορές μέσα σε δύο (2) χρόνια.

4. Ανάκληση του διορισμού υπεύθυνου διευθυντή για τρεις (3) μήνες και

5. Έμμεσος υποβιβασμός του ξενοδοχείου, στην αμέσως κατώτερη κατηγορία, μετά την επιβολή τριών προστίμων, μέσα σε ένα (1) χρόνο.

Διευθυντές Ξενοδοχείων: Μια από τις προϋποθέσεις για να χορηγηθεί, το ειδικό σήμα λειτουργίας σε ένα ξενοδοχείο είναι ο διορισμός υπεύθυνου διευθυντή. Ο διευθυντής του ξενοδοχείου, είναι ένας επιχειρηματίας στο όνομα του οποίου εκδίδεται η άδεια λειτουργίας ή το

ειδικό σήμα λειτουργίας, εφόσον ο επιχειρηματίας διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα.

Υπάρχουν όμως περιπτώσεις, που τα καθήκοντα υπεύθυνου διευθυντή, μπορούν να τα ασκήσουν άτομα τα οποία διορίζονται από τους επιχειρηματίες. Αυτό μπορεί να συμβεί για διάφορους λόγους όπως, είτε γιατί οι επιχειρηματίες δεν επιθυμούν να έχουν μια τόσο σημαντική ευθύνη, είτε γιατί δεν έχουν τον ελεύθερο χρόνο για να βοηθήσουν στην λειτουργία του ξενοδοχείου, είτε γιατί δεν διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα που η ξενοδοχειακή μονάδα χρειάζεται για να την διοικήσουν.

Για να διοριστεί κάποιος διευθυντής ενός ξενοδοχείου απαιτείται η αίτησή του προς τον ΕΟΤ, στην οποία θα πρέπει να υπάρχουν τα εξής δικαιολογητικά:

- Να γράφει και να διαβάζει με ευχέρεια την Ελληνική Γλώσσα.
- Να είναι πτυχιούχος ανώτερης και ανωτάτης Ελληνικής Σχολής Τουριστικών Επαγγελμάτων ή κατώτερης Σχολής Τουριστικών Επαγγελμάτων, εφόσον όμως έχει προϋπηρεσία τουλάχιστον δύο (2) χρόνια σαν ανώτερος υπάλληλος σε ξενοδοχείο ή να είναι απόφοιτος Λυκείου με την προϋπόθεση ότι έχει εργασθεί σαν ανώτερος υπάλληλος σε ξενοδοχειακή μονάδα το λιγότερο τρία (3) χρόνια.
- Να ομιλεί όσο γίνεται περισσότερες ξένες γλώσσες όπως Αγγλικά, Ιταλικά, Γαλλικά, Γερμανικά και άλλες ξένες γλώσσες.

- Ο διευθυντής του ξενοδοχείου, πρέπει να μην πάσχει από κάποιο μεταδοτικό νόσημα ή πάθηση, που τον καθιστά ανίκανο ή ακατάλληλο να ασκήσει το επάγγελμά του.
- Να μην έχει καταδικαστεί για εμπορία ναρκωτικών, για προαγωγή σε πορνεία, για κλοπή, για απάτη, για εκβιασμό, για αδικήματα κατά των ηθών.
- Και τέλος, εάν ο διευθυντής είναι διαφορετικό πρόσωπο από τον ξενοδόχο, τότε πρέπει το όνομά του, να είναι γραμμένο στο ειδικό σήμα λειτουργίας του ξενοδοχείου.

Δικαιώματα των Ξενοδόχων και των Διευθυντών των Ξενοδοχείων:

Η Πολιτεία έχει υποχρέωση να φροντίζει και να προστατεύει τους ξενοδόχους από τους πελάτες, που είναι ανεύθυνοι και αποφεύγουν να εξοφλήσουν τα χρέη τους προς το ξενοδοχείο. Γι' αυτό το λόγο, το Κράτος έχει πάρει ορισμένα μέτρα για την προστασία των ξενοδόχων.

1. Ο διευθυντής του ξενοδοχείου έχει το δικαίωμα να παρακρατήσει αντικείμενα του πελάτη, εφόσον αυτός δεν εξοφλεί τις υποχρεώσεις του προς το ξενοδοχείο. Ο διευθυντής για να παρακρατήσει τα προσωπικά αντικείμενα του πελάτη οφείλει να ειδοποιήσει την αστυνομία της περιοχής 24 ωρες νωρίτερα, με έγγραφο στο οποίο θα αναφέρει τα είδη που θα παρακρατήσει.
2. Ο πελάτης έχει δικαίωμα να ζητήσει εντός πέντε (5) ημερών, από τον ειρηνοδίκη της περιοχής την επιστροφή των αντικειμένων

- του. Αυτό μπορεί να γίνει με μια αίτηση η οποία μπορεί να είναι είτε γραπτή είτε προφορική.
3. Σε περίπτωση που ο πελάτης έχει αποδεικτικά στοιχεία, ότι έχει εξοφλήσει τις υποχρεώσεις του στον ξενοδόχο, τότε ο ειρηνοδίκης έχει την υποχρέωση να του επιστρέψει τα προσωπικά του είδη. Εάν, τώρα ο πελάτης δεν μπορεί να αποδείξει ότι έχει πληρώσει, τότε με απόφαση εγκρίνεται η παρακράτηση των αντικειμένων και δίνεται μια προθεσμία στον πελάτη ενός μήνα για να εξοφλήσει την οφειλή του και να μπορέσει να ξαναπάρει τα αντικείμενά του.
 4. Εάν περάσουν δεκαπέντε ημέρες από την παρακράτηση και ο πελάτης δεν εμφανιστεί, ο διευθυντής ή ο ξενοδόχος του ξενοδοχείου είναι υποχρεωμένος μέσα σε ένα μήνα να παραδώσει τα αντικείμενα στην Αστυνομία της περιοχής,, η οποία με τη σειρά της θα προχωρήσει στην πώληση των ειδών.
 5. Τα χρήματα που θα εισπραχθούν από την πώληση θα δοθούν στον ξενοδόχο για να εξοφλήθει, σε περίπτωση που υπάρχει υπόλοιπο θα κατατεθεί στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων στο όνομα του πελάτη.

Υποχρεώσεις των Ξενοδόχων και των Διευθυντών Ξενοδοχείων:

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Β.Δ. 1\7-11-38, ο ξενοδόχος ή ο διευθυντής του ξενοδοχείου έχει τα εξής καθήκοντα και τις εξής υποχρεώσεις:

1. Να φροντίζουν για την καθαριότητα και την απολύμανση όλων των χώρων του ξενοδοχείου.

2. Να διατηρούν τα ξενοδοχεία σε τάξη, ευπρέπεια και σε ησυχία.

3. Να διατηρούν την επίπλωση, τα σκεύη και τον ρουχισμό του ξενοδοχείου σε πολύ καλή κατάσταση και να προσπαθούν να επισκευάσουν τα χαλασμένα είδη.

4. Να συμμορφώνονται σύμφωνα με τους όρους, τους νόμους και τους κανονισμούς του ΕΟΤ.

5. Να συμπεριφέρονται με ευγένεια και καλοσύνη στους πελάτες και να τους ικανοποιούν όλες τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.

6. Να μην διαθέτουν το ξενοδοχείο για ανήθικες πράξεις και να μην το προσφέρουν σε γυναίκες ελεύθερων ηθών οι οποίες φέρνουν πελάτες και δημιουργούν προβλήματα στους άλλους πελάτες του ξενοδοχείου.

7. Απαγορεύεται να χρησιμοποιήσουν αθέμιτα μέσα για να προσελκύσουν πελάτες από άλλα ξενοδοχεία.

8. Να δέχονται πελάτες στο ξενοδοχείο, εφόσον υπάρχουν κενά δωμάτια.

9. Απαγορεύεται να δέχονται στο ξενοδοχείο πελάτες που έχουν κατοικίδια ζώα, επιτρέπεται να τα δέχονται μόνο σε περίπτωση που διαθέτουν τους κατάλληλους χώρους.

10. Να διαθέτουν το απαραίτητο προσωπικό που έχει τα κατάλληλα προσόντα, για να βοηθήσουν στην καλή οργάνωση και λειτουργία του ξενοδοχείου.

11. Να φροντίζουν για την άνεση, την ασφάλιση και γενικά την εξυπηρέτηση των πελατών.

12. Ο ξενοδόχος ή ο διευθυντής του ξενοδοχείου να επιβλέπουν οι ίδιοι το ξενοδοχείο και εάν απουσιάζουν για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των είκοσι (20) ημερών, να ορίζουν τον αντικαταστάτη τους με έγκριση του ΕΟΤ.

13. Δεν επιτρέπεται στους ξενοδόχους και τους υπόλοιπους υπαλλήλους μιας ξενοδοχειακής μονάδας, η άσκηση τουριστικών εργασιών. Τέτοιες εργασίες είναι οι εξής:

- Η περιήγηση ξένων ατόμων στην Ελλάδα για λογαριασμό τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η οργάνωση ομαδικών εκδρομών και ταξιδίων στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό μιας άλλης χώρας.
- Η πώληση εισιτηρίων για τουριστικά ταξίδια με τρένα, αεροπλάνα, πλοία, ιδιωτικά αυτοκίνητα και πούλμαν.
- Η εξασφάλιση διαμονής σε άλλα ξενοδοχεία ή άλλα καταλύματα.

Βιβλία που τηρούν τα ξενοδοχεία: Ο Κώδικας Φορολογικών Στοιχείων προβλέπει για τα ξενοδοχεία την τήρηση ορισμένων βιβλίων και δελτίων που είναι τα εξής:

- Βιβλίο Κίνησης Πελατών Στο Βιβλίο Κίνησης Πελατών ή όπως αλλιώς λέγεται βιβλίο Πόρτας, καταχωρούνται όλα τα στοιχεία του πελάτη, δηλαδή το ονοματεπώνυμό του, η ημερομηνία άφιξης και αναχώρησής του καθώς και ο αριθμός των ατόμων που συνοδεύουν τον πελάτη. Εάν ο πελάτης έρθει στο ξενοδοχείο να μείνει με εντολή τουριστικού γραφείου, τότε συντάσσεται ένα έγγραφο που υπογράφεται μεταξύ του ξενοδοχείου και του τουριστικού γραφείου. Σε αυτό το έγγραφο πρέπει να αναγράφεται το όνομα του πελάτη.

Σε περίπτωση άφιξης γκρουπ για λογαριασμό τουριστικών γραφείων, επειδή υπάρχουν πολλά προβλήματα και δυσκολίες για την άμεση καταχώρηση όλων των στοιχείων των πελατών στο Βιβλίο Πόρτας, καταχωρείται σε αυτό μόνο η επωνυμία του τουριστικού γραφείου, ο συνολικός αριθμός των ατόμων του γκρουπ και ο συνολικός αριθμός των δωματίων στα οποία θα διαμείνουν τα άτομα.

- Μηνιαίο Δελτίο Κινήσεως Ξενοδοχείου Το Μηνιαίο Δελτίο Κινήσεως Ξενοδοχείου τηρείται μόνο για στατιστικές. Συμπληρώνεται υποχρεωτικά κάθε μήνα και παραδίδονται δύο αντίγραφα στον ΕΟΤ και στο Επιμελητήριο αντίστοιχα.

Το δελτίο αυτό εκδίδεται εις τριπλούν :

- α) το ένα αντίτυπο στέλνεται στον ΕΟΤ
- β) το δεύτερο αντίτυπο πηγαίνει στο Επιμελητήριο
- γ) το τρίτο παραμένει στο αρχείο του ξενοδοχείου.

- Δελτία Άφιξης και Αναχώρησης Πελατών: Τα Δελτία Άφιξης και Αναχώρησης τηρούνται υποχρεωτικά με βάση αστυνομικές διατάξεις και τα διακρίνουμε σε δελτία ημεδαπών και δελτία αλλοδαπών, για τους Έλληνες και τους ξένους πελάτες.

Εάν στο ξενοδοχείο φτάσει γκρουπ άνω των δέκα ατόμων την περίοδο από 1/6 έως 30/9 τότε υπάρχει η δυνατότητα να συμπληρωθεί ομαδικό δελτίο αντί για ατομικό δελτίο.

Τα δελτία άφιξης και αναχώρησης εκδίδονται από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο ανάλογα με την κατηγορία των ξενοδοχείων και εκδίδονται εις τριπλούν:

1. Το πρώτο αντίτυπο έχει τίτλο "δελτίο άφιξης", συμπληρώνεται με την ταυτότητα του πελάτη, όταν φθάσει στο ξενοδοχείο και περιάχει όλα τα στοιχεία, εκτός από την ημερομηνία αναχώρησης. Το αντίγραφο αυτό δίδεται στο Τμήμα Ασφάλειας της περιοχής.
2. Το δεύτερο αντίτυπο έχει τον τίτλο "δελτίο αναχώρησης", σε αυτό συμπληρώνεται η ημερομηνία αναχώρησης και παραδίδεται στην Ασφάλεια εντός 12 ωρών από την αναχώρηση του πελάτη.
3. Στο τρίτο αντίτυπο, το οποίο έχει τίτλο "Δελτίο Άφιξης και Αναχώρησης", συμπληρώνονται όλα τα στοιχεία με την χρησιμοποίηση καρμπόν και παραμένει σαν στέλεχος στο αρχείο του ξενοδοχείου.

Εάν ο πελάτης δεν έχει αστυνομική ταυτότητα ή κάποιο άλλο επίσημο έγγραφο, δηλώνει προφορικά τα στοιχεία του και το ξενοδοχείο ειδοποιεί την αρμόδια αστυνομική αρχή.

- Δελτίο Αγοράς Συναλλάγματος- Βιβλίο Συναλλάγματος Επειδή οι πελάτες του εξωτερικού τις περισσότερες φορές πληρώνουν τις οφειλές τους με ξένο νόμισμα ο ταμίας του ξενοδοχείου είναι υποχρεωμένος να μετατρέψει την απαίτηση από δραχμές σε ξένο νόμισμα, έτσι ώστε να εισπράξει από τον πελάτη το αντίστοιχο ποσό.

Για την αγορά συναλλάγματος το ξενοδοχείο θα πρέπει να πάρει άδεια από την τράπεζα της Ελλάδος, μετά έγκριση από την Υπηρεσία Προστασίας Εθνικού Νομίσματος και πρέπει να εκδίδει Δελτίο Αγοράς Συναλλάγματος και να ενημερώνει το Βιβλίο Συναλλάγματος.

Το Δελτίο Αγοράς Συναλλάγματος είναι θεωρημένο από την Υ.Π.Ε.Ν και εκδίδεται εις τριπλούν:

1. Το ένα αντίγραφο το παίρνει ο πελάτης.
2. Το δεύτερο αντίγραφο πηγαίνει στην Τράπεζα.
3. Το τελευταίο αντίγραφο μένει στέλεχος.

Το δελτίο αυτό περιέχει τα στοιχεία του πελάτη, το ποσό, την τιμή και την συνολική αξία του συναλλάγματος, την ημερομηνία και υπογραφές του ταμιά και του πελάτη.

Το βιβλίο συναλλάγματος περιέχει:

1. Αριθμό δελτίων αγοράς συναλλάγματος
2. Ημερομηνία παράδοσης συναλλάγματος στην τράπεζα

3. Στήλες για κάθε νόμισμα
4. Αριθμό απόδειξης της τράπεζας και
5. Σφραγίδα και υπογραφή του υπαλλήλου της τράπεζας

- Βιβλίο Εντυπώσεων Πελατών Το βιβλίο αυτό θα πρέπει να βρίσκεται στην *reception*, έτσι ώστε όλοι οι πελάτες να αναγράφουν τα σχόλιά τους που σχετίζονται με το ξενοδοχείο. Οι περισσότεροι πελάτες εκφράζουν τις ευχαριστίες τους για την καλή εξυπηρέτηση και λειτουργία του ξενοδοχείου

Το Βιβλίο Εντυπώσεων Πελατών είναι υποχρεωτικό και θεωρείται από την τουριστική αστυνομία.

- Απόδειξη Παροχής Υπηρεσιών Στον λογαριασμό αυτό καταχωρούνται όλες οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους πελάτες. Για κάθε πελάτη εκδίδεται "απόδειξη παροχής υπηρεσιών", η οποία θεωρείται από την εφορία. Η Α.Π.Υ. εκδίδεται σε τρία αντίτυπα:

1. Το πρώτο πηγαίνει στον πελάτη
2. Το δεύτερο στο λογιστήριο και
3. Το τρίτο μένει στέλεχος στο αρχείο του ξενοδοχείου.

Η Α.Π.Υ. περιλαμβάνει το ονοματεπώνυμο του πελάτη, την ημερομηνία αφίξεως - αναχωρήσεως, τον αριθμό των ατόμων, αναλυτικό ποσό ημέρας, υπόλοιπο προηγούμενης ημέρας, γενικό σύνολο, ταμείο, υπόλοιπο σε μεταφορά και επτά κάθετες στήλες.

- Βιβλίο Τήρησης Λογαριασμού Πελατών (main courante): Το main courante είναι το βιβλίο στο οποίο τηρείται το ημερήσιο ισοζύγιο του ξενοδοχείου. Στο βιβλίο αυτό αναγράφονται αναλυτικά η κίνηση των λογαριασμών των πελατών καθώς και τα έξοδα του ξενοδοχείου.

- Καρτέλλες Πελατών: Στις καρτέλλες πελατών αναγράφονται τα στοιχεία του πελάτη, η διεύθυνση μόνιμης κατοικίας και το χρονικό διάστημα που έμεινε στο ξενοδοχείο. Οι καρτέλλες πελατών χρησιμοποιούνται για να πληροφορούμε τον πελάτη για τις ειδικές τιμές προσφορών, τις εορταστικές εκδηλώσεις κ.α.

- Δελτίο Αλλαγής Δωματίου ή άλλης Συμφωνία: Όταν γίνει κάποια αλλαγή δωματίου ή συμφωνίας ενημερώνεται το δελτίο και στη συνέχεια τα επί μέρους τμήματα του ξενοδοχείου που την αφορά.

- Έντυπο Μηνυμάτων: Με το έντυπο μηνυμάτων πληροφορούμε τον πελάτη για κάποια μηνύματα που πήραμε για λογαριασμό του. Σημιώνουμε τα στοιχεία του πελάτη που απευθύνεται το μήνυμα, τα στοιχεία αυτού που τηλεφώνησε, την ώρα και το σχετικό μήνυμα που άφησε.

- Πλάνο Δωματίων: Στο πλάνο δωματίων παρουσιάζονται όλα τα κατειλημμένα και κενά δωμάτια, τα ονόματα των πελατών, η ημερομηνία άφιξης και αναχώρησης και οι παρατηρήσεις.

Το πλάνο δωματίων μας δείχνει κάθε στιγμή την κίνηση του ξενοδοχείου σχετικά με τα ελεύθερα ή τα κατειλημμένα δωμάτια.

9.3.4. Ξενοδοχεία Τύπου BANGALOWS

Τα Ξενοδοχεία Τύπου Bangalows διακρίνονται σε:

1. Σε ξενοδοχεία υπερπολυτελείας, πολυτελείας, πρώτης, δεύτερης, τρίτης και τέταρτης κατηγορίας, ανάλογα με τον βαθμό των ανέσεων που προσφέρουν και τον εξοπλισμό που διαθέτουν.

2. Σε ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας (στην κατηγορία αυτή ανήκουν κυρίως τα ξενοδοχεία των πόλεων) και σε ξενοδοχεία εποχιακής λειτουργίας (στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα ορεινά, τα παραθαλάσσια και τα ξενοδοχεία που βρίσκονται κοντά σε ιαματικά λουτρά).
3. Σε ξενοδοχεία αστικών περιοχών, σε ορεινά, σε ξενοδοχεία λουτροπόλεων, σε παραθαλάσσια, δηλ. ανάλογα με την περιοχή που είναι εγκατεστημένο το ξενοδοχείο.

9.3.5. Κανονισμός Σχέσεων Ξενοδοχείων και Πελατών Αυτών

ΑΡΘΡΟ 1

Ο ξενοδόχος υποχρεούται να ενοικιάζει τα κενά δωμάτια του ξενοδοχείου, σε κάθε πελάτη-τουρίστα που ζητάει δωμάτιο, να διαθέτει δε και να παρέχει όσες ανέσεις διαφημίζει για το ξενοδοχείο του (π.χ πισίνα, νυχτερινό κέντρο, παραλία με άμμο κ.τ.λ)

Ο ξενοδόχος μπορεί να αρνηθεί την ενοικίαση εάν ο πελάτης:

- α) Είναι καταφανώς ασθενής.
- β) Διατελεί σε μέθη .

ΑΡΘΡΟ 3

Ο τουρίστας που κράτησε δωμάτια για προκαθορισμένη χρονική περίοδο και τελικά δεν τα χρησιμοποίησε ή χρησιμοποίησε μέρος της περιόδου μόνο, οφείλει να αποζημιώσει το ξενοδοχείο ή οποιοδήποτε άλλο κατάλυμα με το μισό της τιμής που συμφωνήθηκε, για όση περίοδο δεν χρησιμοποιήθηκαν. Απαλλάσσεται της υποχρέωσης για αποζημίωση, εάν προειδοποιήθηκαν. Απαλλάσσεται της υποχρέωσης για αποζημίωση, εάν προειδοποιήσει 21 ημέρες τουλάχιστον νωρίτερα, ότι δεν θα κάνει χρήση της κράτησης, οπότε ο ξενοδόχος υποχρεούνται αμέσως να επιστρέψει την τυχόν προκαταβολή που του έχει στείλει ο τουρίστας-πελάτης.

ΑΡΘΡΟ 4

1. Ο πελάτης δικαιούται να κάνει χρήση:

- α) Του Δωματίου ή του διαμερίσματος που ενοικίασε.
- β) Των κοινόχρηστων χώρων του ξενοδοχείου που προορίζονται για τους πελάτες.

2. Σε περίπτωση που ο πελάτης απαιτήσει αποκλειστική χρήση τυχόν ανέσεων (όπως ομπρέλες, κ.τ.λ) ο Ξενοδόχος δικαιούται να ζητήσει ειδική πληρωμή βάσει προκαθορισμένου τιμολογίου.

3. Η χρήση του δωματίου ή του διαμερίσματος που ενοικιάστηκε, επιτρέπεται να χρησιμοποιείται αποκλειστικά και μόνο από τον ενοικιαστή πελάτη και τα πρόσωπα που δήλωσε κατά την ενοικίαση.

ΑΡΘΡΟ 5

Η ενοικίαση του δωματίου θεωρείται ότι ισχύει για μια ημέρα, εκτός και ρητά έχει συμφωνηθεί διαφορετικά μεταξύ ξενοδόχου και πελάτη.

ΑΡΘΡΟ 9

1. Η ημέρα αφίξεως λογίζεται ολόκληρη ως προς το ενοίκιο, ανεξάρτητα από την ώρα αφίξεως.

2. Η ημέρα αναχώρησης δεν υπολογίζεται, εκτός αν ο πελάτης δεν εκκενώσει το δωμάτιο μέχρι την 12η ώρα, οπότε ο πελάτης υποχρεώνεται να καταβάλει ενοίκιο δωματίου μισής ημέρας (παραμονή πέρα από την 12η ώρα και μέχρι την 13η ώρα)

ΑΡΘΡΟ 19

Οι λογαριασμοί των πελατών εισπράττονται συνήθως κάθε εβδομάδα. Ο ξενοδόχος όμως δικαιούται να ζητήσει την εξόφληση αυτών και κάθε μέρα.

ΑΡΘΡΟ 21

1. Σε περίπτωση ασθένειας από μολυσματική ή μεταδοτική νόσο ή θάνατο ή αυτοκτονία πελάτη μέσα στο ξενοδοχείο, ο ξενοδόχος δικαιούται αποζημίωση εκ μέρους του πελάτη ή των δικαιούχων αυτού, (κληρονομιών

ή επιμελητών) για τις δαπάνες ή τις ζημιές που έπαθε, συνεπεία του συμβάντος.

2. Το ποσό της αποζημίωσης καθορίζει με απόφαση του Γενικού Γραμματέα του Ε.Ο.Τ.

3. Ο πελάτης του ξενοδοχείου είναι υπεύθυνος για κάθε βλάβη ή ζημιά, την οποία έπαθε το ξενοδοχείο και οφείλεται σ' αυτόν ή στους επισκέπτες του ή σε κάθε άλλο πρόσωπο για το οποίο ευθύνεται ο πελάτης (βλάβη επίπλων, σπάσιμο υαλικών, πιάτων κ.τ.λ.).

ΑΡΘΡΟ 22

Ο πελάτης υποχρεώνεται:

α) Να υπογράψει μόλις φθάσει στο ξενοδοχείο τα δελτία που έχουν καθορίσει οι Αρχές.

β) Να παραδίνει στο θυρωρό το κλειδί του δωματίου του, όταν βγαίνει έξω από κάθε δωμάτιο του ξενοδοχείου του.

γ) Να δέχεται τους επισκέπτες του στις αίθουσες του ξενοδοχείου. Επισκέψεις στα δωμάτια, απαγορεύονται, εκτός και ο πελάτης διαμένει στο διαμέρισμα.

Ο κανονισμός σχέσεων ξενοδόχων και πελατών αυτών επιλύει σχεδόν όλα τα μικροπροβλήματα των πελατών τουριστών και των ξενοδόχων που προκύπτουν από τις καθημερινές σχέσεις τους, γι' αυτό και η γνώση του είναι σπουδαία για κάθε Αστυνομικό υπάλληλο.

Επειδή όμως ο Τουρισμός εξελίσσεται και τα προβλήματα διαφοροποιούνται ή χρειάζονται αμεσότερη και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση, ο Γενικός Γραμματέας του Ε.Ο.Τ μπορεί με αποφάσεις του, που δημοσιεύονται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως να τον τροποποιεί και να τον προσαρμόζει ανάλογα με τις εξελίξεις.

9.3.6 Οικοτροφεία – Πανσιόν

Στην κατηγορία των ξενοδοχείων ανήκουν και τα Οικοτροφεία. Τα Οικοτροφεία είναι ξενοδοχεία, τα οποία έχουν γίνει μετά από μετατροπές κτιρίων που είχαν κατασκευαστεί για κάποιο άλλο λόγο. Μπορούν να παρέχουν διευκολύνσεις οικογενειακής μορφής δηλ. μπορούν να εξυπηρετήσουν οικογένειες. Έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν άνετα και πολυτελή επιπλωμένα δωμάτια και πλήρη διατροφή.

Οι τιμές των οικοτροφείων ανάλογα με την τάξη τους (Α', Β', και Γ') αντιστοιχούν στις τιμές των ξενοδοχείων της αμέσως κατώτερης τάξης δηλ. τα οικοτροφεία εισπράττουν αντίστοιχα τις τιμές των ξενοδοχείων Β', Γ' και Δ' τάξης.

9.3.7 Ξενώνες

Οι Ξενώνες είναι δωμάτια κατοικιών για να διαμένουν φιλοξενούμενα άτομα.

Κατά την αρχαιότητα η ύπαρξη Ξενώνων στα σπίτια για την φιλοξενία των ξένων ήταν απαραίτητη. Με το πέρασμα του χρόνου οι Ξενώνες δεν χρησιμεύουν μόνο στην φιλοξενία ατόμων, αλλά και στην νοσηλεία ασθενών καθώς και στην φιλοξενία φτωχών ατόμων.

Την Βυζαντινή εποχή οι Ξενώνες ανήκαν στην Εκκλησία. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι πιο πολυτελείς Ξενώνες ανήκαν στο Άγιο Όρος.

Σήμερα πολλοί Ξενώνες και καταφύγια έχουν εγκατασταθεί σε ψηλά βουνά για την φιλοξενία των ορειβατών. Οι Ξενώνες έχουν χώρους υποδοχής, υπνοδωματίων και παρέχουν βασικές υπηρεσίες ξενοδοχείων μέσης τάξης. Οι Ξενώνες διακρίνονται σε Α' και Β' κατηγορίας με αντίστοιχες προδιαγραφές των ξενοδοχείων Β' και Γ' κατηγορίας. Τέλος οι Ξενώνες λειτουργούν σύμφωνα με τους κανόνες των ξενοδοχείων.

9.4 Βοηθητικά Καταλύματα

Με τον όρο βοηθητικά καταλύματα εννοούμε τα μέσα διαμονής των τουριστών που περιλαμβάνονται στις κατηγορίες καταλυμάτων όπως: τα κάμπινγκ, τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια, τα κέντρα παραθερισμού αλλόδαπων, οι ξενώνες νεότητας και τα πανδοχεία.

9.4.1 Κάμπινγκ (CAMPING)

Γενικά - Έννοια:

Όταν μιλάμε για κάμπινγκ κάνουμε λόγο για τους υπαίθριους χώρους, όπου δίνεται η δυνατότητα διαμονής σίτισης, ψυχαγωγίας και αναψυχής των τουριστών που διαθέτουν ή όχι μέσα μεταφοράς και διανυκτέρευσης όπως σκηνές και τροχόσπιτα.

Στα κάμπινγκ υπάρχουν ακόμα κοινόχρηστοι κλειστοί χώροι υποδοχής, υγιεινής και εστίασης πελατών. Ο επιχειρηματίας έχει το δικαίωμα να παρέχει σε όσους πελάτες το επιθυμούν δικές τους σκηνές ή τροχόσπιτα, βέβαια έναντι πληρωμής.

Στην Ελλάδα τα κάμπινγκ εμφανίστηκαν πολύ αργότερα από ότι στην Ευρώπη, δηλαδή στη δεκαετία του 1880-1890. Σήμερα στη χώρα μας

υπάρχουν τρεις ενώσεις ιδιόκτητων κάμπινγκ, με αποκλειστικό σκοπό τη βελτίωση του κλάδου και την αντιμετώπιση όλων των προβλημάτων που υπάρχουν.

Οι ενώσεις αυτές είναι οι εξής:

1. Ένωση Ελληνικών Κάμπινγκ με έδρα την Αθήνα

2. Ένωση Κάμπινγκ Βορείου Ελλάδος με έδρα την Θεσσαλονίκη

3. Ένωση Κάμπινγκ Αργολίδας με έδρα το Ναύπλιο.

Άδεια λειτουργίας:

Μετά την αποπεράτωση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού του Κάμπινγκ, ακολουθεί η διαδικασία έκδοσης της Άδειας Λειτουργίας.

Για την έκδοση της ειδικής άδειας λειτουργίας, ο επιχειρηματίας πρέπει να υποβάλλει μια αίτηση προς τον ΕΟΤ/Δ/νση ΣΤ/τμήμα βοηθητικών καταλυμάτων, και μαζί με την αίτηση να επισυνάπτει τα εξής δικαιολογητικά τα οποία έχουν σχέση με το χώρο της κατασκήνωσης και με το πρόσωπο του επιχειρηματία.

1. Βεβαίωση από την Πυροσβεστική Υπηρεσία της περιοχής ότι έχουν παρθεί όλα τα μέτρα για την πυρασφάλεια και τη σωστή λειτουργία του Κάμπινγκ.

2. Βεβαίωση της ΔΕΚΕ, του Υπουργείου Δημοσίων Έργων ότι δεν παρεμποδίζεται η κυκλοφορία από την λειτουργία της κατασκήνωσης.

3. Βεβαίωση για την δημιουργία κόμβου συνδέσεως της κατασκήνωσης με την εθνική οδό για την ασφαλή είσοδο και έξοδο των οχημάτων.

4. Βεβαίωση του αρμόδιου Κέντρου Κοινωνικής Πολιτικής για την καταλληλότητα του αποχετευτικού συστήματος και βεβαίωση για την καταλληλότητα του πόσιμου νερού.

5. Βεβαίωση Ιατρού για το εάν ο επιχειρηματίας του Κάμπινγκ, δεν πάσχει από μεταδοτική ασθένεια ή πάθηση που τον καθιστά ανίκανο να ασκήσει το επάγγελμά του, όπως λοιμώδη νοσήματα, ψυχική ή διανοητική διαταραχή, φυματίωση, δερματίτιδα, μερική ή ολική παράλυση.

6. Αντίγραφο ποινικού μητρώου του επιχειρηματία, στο όνομα του οποίου εκδίδεται η άδεια λειτουργίας. Το ποινικό μητρώο αποδεικνύει ότι ο επιχειρηματίας δεν έχει καταδικαστεί για αδικήματα όπως εμπορίας και χρήσης ναρκωτικών, σωματεμπορίας, προαγωγή σε πορνεία, κλοπή, απάτη, εκβιασμό, φονο και για αδικήματα κατά των ηθών.

Έγκριση Τίτλου:

Ο επιχειρηματίας ή ο ιδιοκτήτης σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 392\76, είναι υποχρεωμένος πριν την έναρξη λειτουργίας του Κάμπινγκ, να υποβάλλει τον διακριτικό τίτλο, για έγκριση στον ΕΟΤ. Ο διακριτικός τίτλος για να εγκριθεί θα πρέπει να μην μοιάζει με άλλον τίτλο άλλης οργανωμένης τουριστικής κατασκήνωσης και να μην είναι ακατάλληλος.

Εφόσον ο τίτλος εγκριθεί εγγράφεται στο Μητρώο του ΕΟΤ και από τη στιγμή αυτή και μετά δίνει τη δυνατότητα στον επιχειρηματία για αποκλειστική χρήση.

Κριτήρια Έγκρισης Γηπέδου για την Δημιουργία Κάμπινγκ:

Τα κριτήρια έγκρισης ενός γηπέδου για την δημιουργία Κάμπινγκ είναι τα εξής:

1. Η δημιουργία της κατασκήνωσης δεν θα πρέπει να προκαλεί προβλήματα στις άλλες επιχειρήσεις της περιοχής.
2. Η θέση στην οποία έχει εγκατασταθεί το Κάμπινγκ, πρέπει να βρίσκεται σε τόπο που να παρουσιάζει ενδιαφέρον από άποψη φυσικού περιβάλλοντος.
3. Το Κάμπινγκ, θα πρέπει να είναι μακριά από εγκαταστάσεις που προκαλούν θόρυβο και ρύπανση του περιβάλλοντος.
4. Η περιοχή στην οποία έχει δημιουργηθεί το Κάμπινγκ θα πρέπει να έχει καλό κλίμα, το έδαφος της περιοχής πρέπει να είναι στεγνό και να απορροφά εύκολα τα νερά.
5. Το Κάμπινγκ να βρίσκεται σε εύκολη πρόσβαση από εθνικούς δρόμους ή θάλασσες.
6. Το γήπεδο όπου θα δημιουργηθεί η κατασκήνωση θα πρέπει να μην γειτονεύει με νεκροταφείο, βιομηχανίες, αποχετευτικούς αγωγούς, σχολεία, νοσοκομεία, λατομεία, ανθυγιεινές εγκαταστάσεις και γενικά με οποιαδήποτε επιχείρηση που από την λειτουργία της θα ενοχλούνται οι κατασκηνωτές της οργανωμένης κατασκήνωσης.
7. Η εγκατάσταση που θα χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία της οργανωμένης τουριστικής κατασκήνωσης, θα πρέπει να είναι

ενιαία και να ανήκει σε ένα ή περισσότερους ιδιοκτήτες εξ'αδιαιρέτου. Η έκταση αυτή μπορεί να ανήκει σε δήμο ή κοινότητα.

Τιμές των Κάμπινγκ

Οι διευθυντές ή οι επιχειρηματίες των χώρων της κατασκήνωσης, σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 1 του Ν.392/72, μπορούν ελεύθερα να ορίζουν τις τιμές χρήσεις των χώρων και των παρεχομένων υπηρεσιών λαμβάνοντας πάντα υπόψην τους τις αγοραστικές διατάξεις που ισχύουν.

Το τιμολόγιο που χρησιμοποιείται για τις υπηρεσίες που προσφέρονται πρέπει να υποβάλλεται μέχρι την 1η Αυγούστου κάθε έτους στον ΕΟΤ, και ισχύει για την επόμενη τουριστική περίοδο. Το τιμολόγιο αυτό πρέπει να αναγράφεται σε πινακίδα με τα διεθνή σήματα παροχής υπηρεσιών και τοποθετείται στην είσοδο της οργανωμένης τουριστικής κατασκήνωσης.

Υπεύθυνος διευθυντής των κάμπινγκ

Υπεύθυνος διευθυντής ενός κάμπινγκ μπορεί να διοριστεί ο ιδιοκτήτης εκμετάλλευσης της κατασκήνωσης εφόσον διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα.

Σύμφωνα με το άρθρο 2 για να διοριστεί κάποιος διευθυντής σε κάμπινγκ πρέπει να διαθέτει τα εξής προσόντα:

1. Να είναι κάτοχος απολυτηρίου Γυμνασίου ή Λυκείου.
2. Να ομιλεί και να γράφει τουλάχιστον μια ξένη γλώσσα.

3. Να μην πάσχει από κάποια μεταδοτική ασθένεια ή πάθηση που τον κάνει ανίκανο ή ακατάλληλο για την άσκηση του επαγγέλματος.

4. Να μην έχει καταδικαστεί σε φυλάκιση πέρα των τριών μηνών για αδίκημα όπως κλοπή, απάτη, εκβιασμό, εμπορία και χρήση ναρκωτικών, προαγωγή σε πορνεία κ.α.

5. Τέλος να μην βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική αντίληψη.

Όσοι επιθυμούν να ασχοληθούν με οργανωμένη τουριστική κατασκήνωση πρέπει να υποβάλλουν μαζί με την αίτηση για διορισμό και τα εξής δικαιολογητικά:

1. Αντίγραφο ποινικού μητρώου

2. Αντίγραφο απολυτηρίου

3. Αντίγραφο τίτλου σπουδών ξένης γλώσσας. Εάν ο υποψήφιος δεν υποβάλλει τον τίτλο σπουδών τότε εξετάζεται από γλωσσομαθή υπάλληλο του ΕΟΤ, προκειμένου να διαπιστωθούν οι γνώσεις του σε ξένες γλώσσες.

4. Πιστοποιητικό γεννήσεως

5. Πιστοποιητικό γιατρού, που θα αποδεικνύει ότι ο ενδιαφερόμενος διευθυντής δεν πάσχει από μεταδοτική ασθένεια ή άλλη πάθηση που δεν του επιτρέπει να ασκήσει το επάγγελμά του.

6. Πιστοποιητικό από την Γραμματεία Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι ο επιχειρηματίας δεν βρίσκεται υπό απαγόρευση ή δικαστική αντίληψη.

Καθήκοντα Υπεύθυνου Διευθυντή

Σύμφωνα με τα άρθρα 1 και 3-15 του κανονισμού λειτουργίας των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων, ο υπεύθυνος διευθυντής οφείλει να κάνει τα εξής πράγματα:

1. Να διευθύνει ο ίδιος την λειτουργία του Κάμπινγκ και να είναι υπεύθυνος απέναντι στον ΕΟΤ και οποιασδήποτε άλλης Αρχής που είναι υπεύθυνη.
2. Να φροντίζει για την καλή λειτουργία την τήρηση της τάξης, της ησυχίας, της ευπρέπειας του Κάμπινγκ
3. Να φροντίζει για την τήρηση της καθαριότητας στο Κάμπινγκ και για την ασφάλιση των εγκαταστάσεων απο διάφορες ζημιές.
4. Να παίρνει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την τήρηση της προστασίας του περιβάλλοντος, την αποθήκευση τροφίμων, ποτών αναψυκτικών, ειδών λαϊκής τέχνης.
5. Να τηρεί βιβλίο παρατηρήσεων και παραπόνων των πελατών.
6. Να αναρτά σε εμφανές σημείο του γραφείου υποδοχής τους όρους λειτουργίας, τηλέφωνα γιατρού, αστυνομίας, πυροσβεστικής υπηρεσίας και κάθε άλλο χρήσιμο τηλέφωνο.

7. Να απαγορεύει την είσοδο και την παραμονή νέων κάτω των 16 ετών εκτός και εάν συνοδεύονται από τους γονείς τους ή συγγενικά πρόσωπα.
8. Να καλεί γιατρό σε περίπτωση που εκδηλωθεί κάποια ασθένεια και να παίρνει όλα τα απαραίτητα μέτρα για την προστασία των άλλων κατασκηνωτών.
9. Να ενοικιάζει όλες τις κενές θέσεις σε πελάτες και να τους παρέχει όλες τις ανέσεις.
10. Να επιτρέπει τον έλεγχο των Αστυνομικών Αρχών και του ΕΟΤ και να απομακρύνει από το Κάμπινγκ όσους πελάτες προκαλούν προβλήματα στους άλλους κατασκηνωτές και δεν συμμορφώνονται με τους όρους λειτουργίας.
11. Κατά την είσοδο των πελατών στο Κάμπινγκ να κάνει έλεγχο των στοιχείων των πελατών και να συμπληρώνει Δελτίο Στοιχείων Προσωπικής Κατάστασης Πελατών, το οποίο στην συνέχεια θα το δείχνει σε Αστυνομική Αρχή ή στον ΕΟΤ όταν αυτοί το ζητήσουν.
12. Σε περίπτωση αλλαγής επωνυμίας του Κάμπινγκ να ειδοποιεί τον ΕΟΤ, ένα μήνα νωρίτερα.
13. Να υποδεικνύει στον ΕΟΤ και σε οποιαδήποτε άλλη Αρχή τα Βιβλία Κινήσεως και τα αντίγραφα λογαριασμών του Κάμπινγκ προκειμένου να ελεγχθούν μικρότερες ή μεγαλύτερες εισπράξεις από αυτές που έχουν εγκριθεί.

Κανονισμοί Κατασκηνωτών:

1. Οι κατασκηνωτές είναι υποχρεωμένοι όταν εισέρχονται στους χώρους της οργανωμένης κατασκήνωσης να παραδίδουν την ταυτότητά τους, το διαβατηριό τους ή οποιοδήποτε άλλο στοιχείο στον υπεύθυνο υπάλληλο που βρίσκεται στο χώρο υποδοχής.
2. Ο χώρος όπου θα κατασκηνώσει ο κάθε κατασκηνωτής υποδεικνύεται μόνο από τον υπεύθυνο υπάλληλο. Για να γίνει αλλαγή θέσεως απαιτείται άδεια από την διεύθυνση της κατασκήνωσης.
3. Επισκέψεις στο Κάμπινγκ, μη κατασκηνωτών επιτρέπεται μόνο μετά από άδεια της διεύθυνσεως. Εάν ο επισκέπτης παραμείνει στο Κάμπινγκ περισσότερη ώρα από αυτή που έχει συμφωνηθεί, τότε καταβάλλει κάποιο ποσό.
4. Όλοι οι κατασκηνωτές είναι υποχρεωμένοι τις ώρες κοινής ησυχίας να μην ενοχλούν τους άλλους κατασκηνωτές.
5. Οι κατασκηνωτές είναι υπεύθυνοι για οποιαδήποτε ζημιά δημιουργηθεί στις εγκαταστάσεις του Κάμπινγκ και έχουν υποχρέωση στην αποκατάσταση της ζημιάς.
6. Για κάθε κλοπή ή φθορά αντικειμένων η κατασκήνωση δεν φέρνει καμία ευθύνη.
7. Ο Διευθυντής του Κάμπινγκ, σε περίπτωση μη συμμορφώσεως των κατασκηνωτών μπορεί να απαγορεύσει την παραμονή τους στο χώρο.

8. Απαγορεύεται να παίζονται παιχνίδια με μπάλες και ρακέτες στο χώρο που διαμένουν οι άλλοι πελάτες. Αυτά τα παιχνίδια επιτρέπονται μόνο σε χώρους που έχουν κατασκευαστεί.

9. Απαγορεύεται η μεταφορά φαγώσιμων και ποτών στην παραλία.

10. Απαγορεύεται η είσοδος κατοικίδιων ζώων στο Κάμπινγκ. Η είσοδός τους επιτρέπεται μόνο με ιατρικά πιστοποιητικά. Τα κατοικίδια ζώα πρέπει να συνοδεύονται από τους ιδιοκτήτες τους.

11. Η είσοδος στο χώρο των σκηνών επιτρέπεται μόνο στα αυτοκίνητα των κατασκηνωτών. Δεν επιτρέπεται το πλύσιμο των αυτοκινήτων μέσα στο Κάμπινγκ.

12. Απαγορεύεται το άναμα φωτιάς στην ύπαιθρο.

9.4.2 Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια

Γενικά-έννοια

Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια συνιστούν την μόνιμη κατοικία του ιδιοκτήτη και παραχωρούνται στους τουρίστες με έπιπλα - σκεύη και τον λοιπό εξοπλισμό και με το δικαίωμα χρησιμοποίησης των χώρων υγιεινής, έναντι βέβαια αντιτίμου.

Βασικά τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια έχουν ως αρχικό σκοπό να καλύψουν τις βασικές ανάγκες διαμονής, σίτισης των τουριστών σε περιοχές ή μικρά νησιά που δεν υπάρχει ξενοδοχειακή υποδομή εάν υπάρχει δεν είναι επαρκή για να καλύψει τις ανάγκες των τουριστών.

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια μπορούν να προσελκύσουν όλους εκείνους τους τουρίστες που αναζητούν την φιλοξενία και όχι την απλή διαμονή γιατί τα δωμάτια αυτά έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον, κάτι που δεν συμβαίνει με τα ξενοδοχεία, τα οποία τις περισσότερες φορές είναι απρόσωπα και δεν μπορούν να καλύψουν τις βασικές ανάγκες.

Πολλοί είναι όμως αυτοί που πιστεύουν ότι η εμφάνιση των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων οδήγησε στην μη ποιοτική ανάπτυξη του τουρισμού. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία πάρα πολλά είναι τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια που δεν έχουν δηλωθεί στον ΕΟΤ. Με βάση τις άδειες που έχουν εκδοθεί υπολογίζεται ότι το 1997 υπήρχαν 145.000 ενοικιαζόμενα δωμάτια με 300.000 κλίνες.

Λειτουργία Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων

Για να λειτουργήσουν τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια πρέπει να έχουν εφοδιαστεί με το ειδικό σήμα λειτουργίας, το οποίο ισχύει για τρία χρόνια και χορηγείται στο όνομα εκείνου που εκμεταλλεύεται την επιχείρηση. Γι'αυτό το λόγο ο ενδιαφερόμενος υποχρεούται να υποβάλλει σχετική αίτηση στον ΕΟΤ, υποβάλλοντας και όλα τα δικαιολογητικά που προβλέπει ο νόμος.

Τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για την έγκριση του σήματος λειτουργίας είναι τα εξής:

1. Αίτηση του επιχειρηματία για χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας.

2. Υπεύθυνη δήλωση της παρ. 2 του άρθρου 3 του Ν.2160/93.

3. Πιστοποιητικό υγείας του επιχειρηματία.
4. Βεβαίωση από την νομαρχία για την καλή λειτουργία του αποχετευτικού συστήματος και του πόσιμου νερού.
5. Αντίγραφο ποινικού μητρώου του επιχειρηματία της επιχείρησης.
6. Πιστοποιητικό πυρασφάλειας της πυροσβεστικής υπηρεσίας της περιοχής που βρίσκεται το ενοικιαζόμενο δωμάτιο.
7. Συμφωνητικό μίσθωσης εφόσον πρόκειται για μισθωμένη μονάδα θεωρημένο από την αρμόδια ΔΟΥ.
8. Επικυρωμένο αντίγραφο της οικοδομικής αδείας του καταλύματος.
9. Αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας του επιχειρηματία.
10. Βεβαίωση του ΕΟΤ και της αρμόδιας ΔΟΥ ότι ο επιχειρηματίας δεν έχει οφειλή προς τον ΕΟΤ.
11. Παράβολο 3000 δρχ για την χορήγηση των τιμοκαταλόγων για έναν χρόνο.
12. Απόδειξη εισπραξης παραβόλου υπέρ ΕΟΤ 3000 δρχ για κάθε δωμάτιο Α' τάξης, 2700 δρχ για κάθε δωμάτιο Β' τάξης και 2400 δρχ για κάθε δωμάτιο Γ' τάξης, που πληρώνεται στο ταμείο του ΕΟΤ ή στον λογαριασμό του ΕΟΤ 26180.

Μαζί με την αίτηση για την χορήγηση της άδειας λειτουργίας υποβάλλεται και μία δήλωση για τον καθορισμό των τιμών που θέλει να εισπράττει ο επιχειρηματίας. Όταν οι τιμές εγκριθούν από τον ΕΟΤ είναι υποχρεωτικές και δεν μπορεί να γίνει καμία αλλαγή, αυτό σημαίνει ότι παραμένουν σταθερές σε όλο το χρονικό διάστημα λειτουργίας των δωματίων με επιβάρυνση με το τέλος παρεπιδημούντων 5% και ΦΠΑ 8%.

Εάν στο δωμάτιο υπάρχει ψυγείο ή ηλεκτρική κουζίνα τότε η τιμή αυξάνεται κατά 1000 δρχ κάθε μέρα. Σε περίπτωση που το ψυγείο ή η ηλεκτρική κουζίνα είναι κοινόχρηστα τότε επιβαρύνεται με 800 δρχ ανά δωμάτιο.

Είναι υποχρεωτικό οι τιμές των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων να αναγράφονται σε τιμοκατάλογο, ο οποίος πρέπει να κρεμαστεί στο εσωτερικό μέρος της πόρτας του δωματίου. Πρέπει όμως πριν ακόμα αναρτηθεί, να έχει υπογραφτεί από τον επιχειρηματία και να είναι θεωρημένος από την Αστυνομική Αρχή της περιοχής. Από την πλευρά τους οι εκμεταλλευτές των δωματίων πρέπει να εκδίδουν αποδείξεις παροχής υπηρεσιών στους πελάτες οι οποίες είναι θεωρημένες από την αρμόδια οικονομική εφορία.

Υποχρεώσεις Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων:

Σε περίπτωση που υπάρχουν Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια και δεν έχουν εφοδιαστεί με το ειδικό σήμα λειτουργίας και καταχωρηθεί στο ειδικό Μητρώο του ΕΟΤ τότε το πρόστιμο που τους επιβάλλεται είναι 50.000 δρχ ανά κλίνη.

Εάν ο επιχειρηματίας ενοικιάζει περισσότερες κλίνες από την δυναμικότητα που διαθέτει τότε το πρόστιμο που του επιβάλλεται είναι εκατό χιλιάδες (100.000) δρχ.

Ο κάθε επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος να αναρτά, το ειδικό σήμα λειτουργίας σε σημείο που να γίνεται αντιληπτό στον πελάτη. Σε περίπτωση που επιχειρηματίας παραβιάσει τον κανονισμό τότε του επιβάλλεται πρόστιμο διακοσίων χιλιάδων (200.000) δρχ.

Σε περίπτωση ελλείψεως ή βλαβών στο αποχετευτικό δίκτυο, στο δίκτυο ύδρευσης και γενικά στις εγκαταστάσεις του καταλύματος, με αποτέλεσμα να ρυπαίνεται ο χώρος του καταλύματος και το περιβάλλον, τότε επιβάλλεται στον εκμεταλλευτή των δωματίων πρόστιμο ύψους διακοσίων χιλιάδων (200.000) δρχ.

Στα κτίρια που λειτουργούν ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια πρέπει να υπάρχει στο εξωτερικό του κτιρίου μια κρεμασμένη πινακίδα με την ένδειξη "Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια - Rooms to Let".

Εκπτώσεις και Επιβαρύνσεις Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων:

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε τις εκπτώσεις που χορηγούν οι ιδιοκτήτες ή οι μισθωτές, στους τουρίστες. Οι οποίες είναι οι παρακατω:

1. Στους δικαιούχους των Προγραμμάτων Κοινωνικού και Εσωτερικού Τουρισμού, οι επιχειρήσεις βάσει της σύμβασης, που υπογράφεται μεταξύ αυτών και των φορέων του δημοσίου τομέα, μπορούν να εφαρμόσουν τα Προγράμματα Κοινωνικού και Εσωτερικού Τουρισμού

και να κάνουν εκπτώσεις μεγαλύτερες του 50% των τιμών που έχουν δηλώσει.

2. Για τα "GROUPS" και τις συμβάσεις "ALLOTMENT", το ποσοστό της έκπτωσης από της δηλωμένης τιμής φθάνει μέχρι και 20%, για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα το ποσοστό της έκπτωσης φθάνει μέχρι και 30%.

3. Οι σταθερές τιμές για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα περιλαμβάνουν και την παροχή αγαθών και υπηρεσιών όπως:

- Παροχή θερμού ύδατος.
- Παροχή θέρμανσης.
- Επιχορήγηση σαπουνιού και μεταφορά αποσκευών.
- Ποσοστό υπηρεσίας 15%.
- Καθημερινός και πλήρης καθαρισμός των ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων.

4. Σε περίπτωση προσθήκης κλίνης πέραν της δυναμικότητας του δωματίου, η δηλωθείσα τιμή επιβαρύνεται με 20%, ενώ η επιβάρυνση της τιμής σε διαμερίσματα είναι 10%.

5. Εάν δίκλινο δωμάτιο δοθεί σε ένα άτομο, τότε θα εισπράττεται το 80% της τιμής του δίκλινου δωματίου, δηλ. υπάρχει μια έκπτωση που φθάνει στο ποσοστό του 20%.

6. Το ποσοστό της δαπάνης για τον κλιματισμό εισπράττεται πέραν της δηλωμένης τιμής και καθορίζεται για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα

δωμάτια σε 1200 και για τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα στις 1500 δραχ.

7. Δεν επιτρέπεται η ενοικίαση σαλονιού του διαμερίσματος στους πελάτες.

Περιορισμοί Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων:

Τα Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια, απαγορεύεται να είναι περισσότερα από δέκα (10) και λιγότερα από έξι (6), στο ίδιο ακίνητο, ενώ η μίσθωση δεν μπορεί να συμφωνηθεί για μικρότερο χρονικό διάστημα από δέκα (10) ημέρες.

Σε περίπτωση που υπάρχει έλλειψη ελεύθερων θέσεων στα τοπικά ξενοδοχεία, τους θερινούς μήνες, λόγω της αυξημένης τουριστικής κίνησης τότε επιτρέπεται η μίσθωση για μικρότερο χρονικό διάστημα.

Επίσης, απαγορεύεται σε κάθε δωμάτιο να υπάρχουν περισσότερα από τέσσερα (4) κρεβάτια.

Φορολογία Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων:

Εάν η ενοικίαση ενός δωματίου συνοδεύεται από συστηματική παροχή υπηρεσιών περιποίησης, όπως παροχή σαπουνιών, μεταφορά αποσκευών, τότε ο νομοθέτης κατατάσσει την επιχείρηση στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και το εισόδημα που θα αποκτήσει το κατατάσσει στο εισόδημα από εμπορική επιχείρηση.

Το εισόδημα αυτό φορολογείται στη Δ' πηγή εισοδήματος, ανεξάρτητα από το εάν αυτή είναι εφοδιασμένη με το ειδικό σήμα λειτουργίας ή εάν είναι εγγεγραμμένη στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο.

Ελλάδος ή εάν οι τιμές υπόκεινται ή όχι στον έλεγχο από την αρμόδια υπηρεσία του ΕΟΤ.

Οι δε μισθωτές των δωματίων είναι υποχρεωμένοι να τηρούν το Βιβλίο Πελατών ή πόρτας και να εκδίδουν αποδείξεις παροχής υπηρεσιών οι οποίες είναι θεωρημένες.

Κατηγορία και Χρόνος Ενοικιάσεως:

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια σε σπίτια διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- α) Κατηγορία Α', που αντιστοιχεί, ως προς τις τιμές, με ξενοδοχεία Γ' τάξης.
- β) Κατηγορίας Β', που αντιστοιχεί, ως προς τις τιμές, με ξενοδοχεία Δ' τάξης.
- γ) Κατηγορίας Γ', που αντιστοιχεί, ως προς τις τιμές, με ξενοδοχεία Ε' τάξης.

Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια είναι μια από τις βοηθητικές μορφές τουριστικών καταλυμάτων και μάλιστα η σπουδαιότερη, αφού αυτά ζητούνται από πολύ μεγάλη μερίδα της τουριστικής πελατείας.

Ο Ε.Ο.Τ, με βάση πάντοτε τους ισχύοντες Νόμους και Διατάξεις, για να πετύχει αφ'ενός μεν την καλύτερη λειτουργία των ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων, ώστε να μη δημιουργούνται παράπονα και δυσφημίζεται η χώρα μας στο εξωτερικό, αφ' ετέρου δε για να ελέγχει αυτά τα δωμάτια και να εισπράττει η Πολιτεία τους φόρους, που δικαιούνται από την εκμετάλλευσή τους, κάθε χρόνο εκδίδει μια σχετική απόφαση εγκύκλιο, με την οποία καθορίζει τις προϋποθέσεις και τον τρόπο λειτουργίας τους, τις τιμές που πρέπει να εισπράττονται, το μέγιστο αριθμό

δωματίων που επιτρέπεται να διαθέτονται, το χρόνο λειτουργίας τους και τη διαδικασία χορήγησης της άδειας.

Προσόντα Οικιών Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων

Οι οικίες για τις οποίες δόθηκαν οι άδειες ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων Α', Β' και Γ' κατηγορίας, οφείλουν να διαθέτουν απαραίτητα, τα πιο κάτω προσόντα:

α) Κτίριο ευπρεπές και σε καλή κατάσταση εσωτερικά και εξωτερικά.

β) Οι σκάλες, οι διάδρομοι, τα πατώματα και κουφώματα να βρίσκονται σε καλή κατάσταση.

γ) Οι τοίχοι να είναι καθαροί «εσωτερικά» αλλά και «εξωτερικά».

δ) Τα δωμάτια να βρίσκονται τουλάχιστον στο ισόγειο και να φωτίζονται και αερίζονται με επάρκεια από παράθυρα και πόρτες όπου βρίσκονται μέσα σ'αυτά.

ε) Κάθε δωμάτιο να περιλαμβάνει ένα τραπεζάκι και μια ντουλάπα, ένα κομοδίνο καθώς και ένα κάθισμα ανά κλίνη.

στ) Να διατίθεται ιδιαίτερος χώρος κατάλληλα διασκευασμένος, που να περιλαμβάνει μαγειρείο, για ψήσιμο φαγητών, σκευοθήκη, νεροχύτη, τραπέζι, καρέκλα κ.λ.π.

ζ) Σε κάθε όροφο υπνοδωματίων να υπάρχει ένας τουλάχιστον νιπτήρας, εφόσον δεν υπάρχουν νιπτήρες σε όλα τα δωμάτια, με καθρέπτη, σαπυνοθήκη και πετσετοθήκη.

η) Απαγορεύεται η τοποθέτηση περισσότερων από 4 κρεβάτια μέσα σε κάθε δωμάτιο, άσχετα αν η χωρητικότητά του το επιτρέπει.

9.4.3 Κέντρα Παραθερισμού Αλλοδαπών

Τα κέντρα παραθερισμού αλλοδαπών είναι κατασκηνώσεις, στρατόπεδα, χώροι και σταθμοί διακοπών που δημιουργούνται από σωματεία ή ιδρύματα, από ελληνικές ή ξένες επιχειρήσεις. Τα κέντρα διακοπών παραθερισμού αλλοδαπών λειτουργούν δύο μήνες το χρόνο με αποκλειστικό σκοπό τη διασκέδαση και την αναψυχή των τουριστών.

Τα άτομα αυτά θα πρέπει να είναι Έλληνες ή αλλοδαποί οι οποίοι είναι μόνιμα εγκαταστημένοι στο εξωτερικό.

9.4.4 Οι Ξενώνες Νεότητας

Γενικά-Έννοια:

Οι ξενώνες νεότητας είναι καταλύματα που προσφέρουν στα νεαρά μέλη της ελληνικής και της διεθνής ομοσπονδίας μέσα διατροφής, διαμονής καθώς και άλλες διευκολύνσεις με μειωμένες τιμές.

Η ελληνική ομοσπονδία έχει την ευθύνη της ίδρυσης και λειτουργίας ξενώνων νεότητας στην Ελλάδα. Τα μέρη στα οποία λειτουργούν ξενώνες νεότητας στη χώρα μας είναι η Αθήνα, το Ναύπλιο, τα Χανιά οι Δελφοί κ.α.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό των ξενώνων νεότητας είναι ότι δέχεται νέους, φοιτητές, σπουδαστές, επαγγελματίες, επιστήμονες, εργαζόμενους κ.α. χωρίς να γίνεται διάκριση ηλικίας, μόρφωσης, οικονομικής κατάστασης, πολιτικής ιδεολογίας, χρώματος, φύλου ή οποιουδήποτε άλλου κριτηρίου. Οι νέοι έχουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν ευχάριστη διαμονή και μπορούν να διανυκτερεύουν και να γευματίζουν με

πολύ χαμηλή τιμή. Η τιμή διανυκτέρευσης κυμαίνεται περίπου στις 2.000 δρχ. Η μόνη προϋπόθεση που καθορίζεται για τη διαβίωση, είναι ο σεβασμός της προσωπικότητας και των δικαιωμάτων των άλλων νέων.

Είναι γνωστό σε όλο τον κόσμο, ότι τα καταλύματα αυτά δεν είναι μόνο ένας κοινωνικός θεσμός που προσφέρει στους νέους στοργή, αναψυχή διασκέδαση κ.α. αλλά και ένας τρόπος για την προώθηση των τουριστικών και πολιτισμικών συμφερόντων.

Οι Ξενώνες Νεότητας εντάσσονται στις μη κερδοσκοπικές επιχειρήσεις και γι' αυτό το λόγο έχουν χαμηλό κόστος.

Το κύριο φιλοσοφικό χαρακτηριστικό των καταλυμάτων αυτών είναι ότι θεωρείται ο τόπος συνάντησης των νέων που γνωρίζουν ότι εκεί θα συναντήσουν γνωστούς και φίλους από παλαιά ταξίδια τους. Στο χώρο αυτό θα αφήσουν τα μηνύματα γι' αυτούς που θα έρθουν ή θα βρουν μηνύματα από εκείνους που έφυγαν.

Αυτό που επικρατεί στον Ξενώνα Νεότητας, είναι η καλή υποδοχή και φιλοξενία των νέων σε ένα ζεστό και φιλικό περιβάλλον, εφόσον επικρατούν οι συνθήκες καθαριότητας, ησυχίας, ασφάλειας, αλληλοσεβασμού και κατανόησης.

Η Οργάνωση του Ξενώνα Νεότητας:

Με τον όρο οργάνωση των καταλυμάτων αυτών εννοούμε τους κοινόχρηστους χώρους, την αυτοεξυπηρέτηση, τους κανονισμούς λειτουργίας και τον Επιμελητή του Ξενώνα.

Οι κοινόχρηστοι χώροι, που διαθέτουν οι Ξενώνες Νεότητας είναι οι εξής:

- Η κοινόχρηστη τραπεζαρία.
- Οι χώροι παραμονής και διημέρευσης (για διάβασμα, για αλληλογραφία, για συζητήσεις κ.α).
- Οι χώροι υγιεινής (νιπτήρες, ντουζ, κ.α.).
- Οι χώροι αποθήκευσης οργάνων αθλητισμού (σκι, ποδήλατα κ.α).

Σε ότι έχει σχέση με την αυτοεξυπηρέτηση, οι Ξενώνες στην Ελλάδα, λειτουργούν με το σύστημα του self service, γι' αυτό το λόγο υπάρχει χώρος μαγειρίου για το μαγείρεμα πρόχειρου φαγητού και χώρος πλυντηρίου και στεγνωτηρίου, που μπορούν να χρησιμοποιούν μόνοι τους οι ίδιοι οι φιλοξενούμενοι.

Ο κανονισμός λειτουργίας ορίζει τις προϋποθέσεις και τις προδιαγραφές για την λειτουργία του Ξενώνα, ακόμα προβλέπει τον απαιτούμενο όγκο ανά κρεβάτι, το μέγεθος των κρεβατιών, τις ηλεκτρικές εγκαταστάσεις, τους χώρους για τις αποσκευές. Επίσης επιβάλλει τη χωριστή διαβίωση κοριτσιών και αγοριών, τη λήψη μέτρων για τον περιορισμό της εξάπλωσης του AIDS, με τη δωρεάν διανομή προφυλακτικών και την κυκλοφορία ενημερωτικών εντύπων. Άλλα μέτρα είναι η καταπολέμηση των ναρκωτικών και η απαγόρευση των οινοπνευματωδών ποτών.

Οι Ξενώνες Νεότητας διευθύνονται από τον "Επιμελητή". Ο Επιμελητής είναι ένα πρόσωπο που είναι υπεύθυνο για την λειτουργία του

καταλύματος. Ασκεί λειτούργημα και όχι επάγγελμα, συνήθως προσφέρει τις υπηρεσίες του οικογενειακώς, καθοδηγεί τους νέους και είναι ένα είδος αρχηγού ή *Pater familias*, που σέβονται οι φιλοξενούμενοι. Ο Επιμελητής είναι πάντα πρόθυμος να βοηθήσει τους νέους και τους περιβάλλει με στοργή. Οι φιλοξενούμενοι τρέφουν τόση εμπιστοσύνη στο πρόσωπο του Επιμελητή, που σε πολλές χώρες τον αποκαλούν "Πατέρα".

Από την μεριά της η ομοσπονδία, έχει ως ενεργό ρόλο την ενημέρωση, την καθοδήγηση και τη φροντίδα του Επιμελητή.

Η Διεθνής Κάρτα:

Απαραίτητη προϋπόθεση για την φιλοξενία όλων των νέων στους Ελληνικούς Ξενώνες Νεότητας, είναι να διαθέτουν την "Ειδική Κάρτα Μέλος", που εκδίδει η ομοσπονδία μας ή η εθνική οργάνωση του αλλοδαπού μέλους.

Η Κάρτα Μέλος, είναι ένα αποδεικτικό στοιχείο της ιδιότητας του μέλους της οργάνωσης. Επίσης η κάρτα μέλος παρέχει τη δυνατότητα στον κάτοχό της να ψηφίζει για την εκλογή αντιπροσώπου στην Διοικητική Επιτροπή Ξενώνων της οργάνωσης.

9.4.5 Πανδοχεία

Τα Πανδοχεία, εμφανίστηκαν στην Ελλάδα την αρχαιότητα, σε όποιο σημείο αναπτύχθηκαν ταξίδια για εμπορικούς λόγους.

Τα Πανδοχεία έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στους πελάτες, εξυπηρετήσεις διατροφής, ύπνου με περιορισμένο αριθμό υπνοδωματίων. Τα καταλύματα αυτά είναι συνεχής λειτουργίας, ανήκουν στις πιο

οικονομικές κατηγορίες και εξυπηρετούν κυρίως πελατεία διερχομένων τουριστών.

Σήμερα τα Πανδοχεία έχουν αντικατασταθεί από τα ξενοδοχεία και τα μοτέλ. Είναι πολύ λίγα τα Πανδοχεία που λειτουργούν στην Ελλάδα.

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

Κεφάλαιο 10

2004: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΒΑΠΤΙΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με τη σύμβαση που υπογράφηκε στις 5 Σεπτεμβρίου 1997 στην Λωζάννη, η Αθήνα υποσχέθηκε πως θα τηρήσει όλα όσα αποφασίστηκαν και υπογράφηκαν με την Δ.Ο.Ε. τα οποία ως γνωστόν δεν δέχονταν καμία τροποποίηση στα σημεία τους.

Η χαρά, ο ενθουσιασμός και η δικαίωση ήταν τα πρώτα συναισθήματα όλων όσων θεώρησαν πως οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 έπρεπε να δοθούν στην Αθήνα και την Ελλάδα.

Σιγά-σιγά όλοι συνειδητοποίησαν πως το συμβόλαιο που υπογράφηκε είναι αυστηρότατο, απαιτητικό και ζητά σκληρή δουλειά, σοβαρότητα και υπευθυνότητα και με μερικές φορές υπέρβαση των δυνατοτήτων μας. Βεβαίως το άγχος για μια επιτυχημένη προσπάθεια πρέπει να το αντικαταστήσει η δράση, οι ιδέες, οι συζητήσεις έτσι ώστε τα αποτελέσματα να είναι όσο το δυνατόν θετικά. Τώρα που ο εθνικός ενθουσιασμός και τα πανηγύρια για την μεγάλη επιτυχία της Ελλάδας κοπάζουν θα πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή στις πιο ψύχραιμες φωνές μας και ο τουρισμός είναι αποδεδειγμένο ο μοναδικός κλάδος από όλους αυτούς που επιρεάζονται, ο οποίος μπορεί να έχει περισσότερα οφέλη σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, πριν και μετά, τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Σύμφωνα με όσα σχολίασε ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, Νίκος Σκουλάς, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν μια μοναδική ιστορική ευκαιρία για τον τουρισμό όλης της χώρας για δημοσιότητα και προβολή.

Ωστόσο πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή γιατί μπορεί να αποδειχθεί "δίκικοπο μαχαίρι". Εάν ο τουριστικός κόσμος εξακολουθήσει να δοκιμάζεται από εσωτερικές διαμάχες και διαφορές, τότε δεν μπορούμε να ελπίζουμε σε κάτι καλύτερο.

Βέβαια, ο τουριστικός κόσμος, από την πλευρά του, δέχθηκε την ανάληψη της οργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 με μεγάλη ικανοποίηση και ενθουσιασμό. Η ικανοποίηση αυτή είναι εύλογη, καθώς ο κλάδος του τουρισμού είναι ένας από αυτούς που θα έχει θετικά αποτελέσματα.

Σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις του τουριστικού κόσμου η ανάληψη της Ολυμπιάδας έχει για τον ελληνικό τουρισμό δύο διαστάσεις.

Η μία διάσταση αφορά την περίοδο διεξαγωγής των αγώνων και της φιλοξενίας επισήμων, επισκεπτών και αθλητών από όλες τις χώρες του κόσμου, αλλά και στο χρονικό διάστημα που θα ακολουθήσει της διεξαγωγής.

Σε περίπτωση που η οργάνωση και η φιλοξενία είναι ικανοποιητικές και επιτυχημένες και η προβολή των πολιτιστικών τοπίων της χώρας είναι αποτελεσματική, τότε οι θετικές επιδράσεις για τον τουρισμό θα είναι πάρα πολλές και σημαντικές.

Η άλλη διάσταση αφορά στις επιπτώσεις και στις επιδράσεις που θα έχουν σε όλους τους κλάδους του τουρισμού η προβολή και η δημοσιότητα που θα τύχει η Ελλάδα και ιδιαίτερα η Αθήνα για τα επόμενα έξι χρόνια.

Το πιο σημαντικό στοιχείο για πολλούς είναι η επιτάχυνση των έργων της κρατικής υποδομής και της βελτίωσης των προσφερομένων υπηρεσιών που έχουν αρχίσει να γίνονται ή πρόκειται να γίνουν και θα έχουν άμεσο αντίκτυπο στην τουριστική μας εικόνα διεθνώς.

Μια σειρά από έργα υποδομής και αθλητισμού έχουν προγραμματισθεί να ολοκληρωθούν μέχρι το 2001. Όσο πιο γρήγορα κινηθούν οι μηχανισμοί, τόσο πιο γρήγορα θα αναπτυχθεί το τουριστικό προφίλ της Ελλάδος και κυρίως μιας ταλαιπωρημένης περιοχής όπως είναι της Αθήνας.

Υπάρχουν ορισμένες απαιτήσεις από την πλευρά της Δ.Ο.Ε και συνεπώς υποχρεώσεις για την Ελλάδα, όπου με την σειρά μας εγγυηθήκαμε ότι θα καλύψουμε τις ανάγκες. Οι απαιτήσεις αυτές είναι η οργάνωση φιλοξενίας, η διοργάνωση συναντήσεων, συνεδρίων, συνεντεύξεων τύπου, συσκέψεων, οργάνωση πολιτιστικών προγραμμάτων και πολλές άλλες εκδηλώσεις.

Δεν είναι λίγοι οι φόβοι που εκφράζονται από τον τουριστικό κόσμο για το πόσο κατάλληλη είναι η ξενοδοχειακή υποδομή της Αθήνας και των γύρω περιοχών από αυτή, προκειμένου να μπορέσουν να υποδεχτούν τους περίπου 200.000 επισκέπτες σύμφωνα με τους πρώτους υπολογισμούς των αρμοδίων. Βέβαια στον φάκελλο της υποψηφιότητας της Αθήνας, στο κεφάλαιο "Διαμονή" υποστηρίζεται ότι η υποδομή αυτή υπάρχει και με μερικές παρεμβάσεις εκσυγχρονισμού, η υποδομή θα είναι επαρκής για την κάλυψη των αναγκών.

Ο Σύνδεσμος των Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων, διατύπωσε την άποψη ότι είναι απαραίτητη η προσθήκη ξενοδοχειακών κλινών στις υψηλές κατηγορίες στην περιοχή των Αθηνών.

Ετσι αυθόρμητα απευθύνουμε σε όλο τον τουριστικό κόσμο το εξής ερώτημα:

Κατά πόσο μπορούμε να ανταποκριθούμε στις ανάγκες ποιοτικής διαμονής της Ολυμπιακής οικογένειας των αθλητών και των επισκεπτών;

Από την πλευρά του η Ένωση Ξενοδοχείων Αθηνών (ΕΞΑ) μετά την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων εξέδωσε δελτίο τύπου στο οποίο βεβαιώνει ότι η υπάρχουσα ξενοδοχειακή υποδομή της Αθήνας και της ευρύτερης περιοχής ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτήσεις των επισκεπτών. Ακόμα βεβαιώνει ότι υπάρχουν περιθώρια για ανάπτυξη των ξενοδοχείων με την προϋπόθεση να υπάρχει συνεργασία με το κράτος.

Άρα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι χρειάζεται σκληρή δουλειά, συνεργασία, συνέπεια και επιμονή.

Κεφάλαιο 11

ΕΝΤΥΠΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Στον πίνακα που θα ακολουθήσει συνοψίζονται οι εντυπώσεις των αλλοδαπών τουριστών για τις προσφερόμενες στην Ελλάδα τουριστικές υπηρεσίες κατά χώρα μόνιμης διαμονής και κύριο σκοπό ταξιδιού.

Θετική είναι γενικά η εικόνα των υπηρεσιών διασκέδασης, σιτίσεως και διαμονής, ενώ αρνητικές είναι οι εντυπώσεις των αλλοδαπών από τις χερσαίες μεταφορές, τις τηλεπικοινωνίες και ιδιαίτερα από τις συνθήκες υγιεινής ανεξάρτητα από το χώρο διαμονής και το κύριο σκοπό του ταξιδιού.

Τα συχνότερα αρνητικά σχόλια που έχουν καταγραφεί από τους αλλοδαπούς-τουρίστες για τη χώρα μας είναι τα ακόλουθα:

Χαρακτήρας και συμπεριφορά των ανθρώπων (αγενείς, επιθετικοί, απρόθυμοι, αφιλόξενοι κ.τ.λ.).

Προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες χαμηλής ποιότητας υπηρεσίας λόγω έλλειψης τουριστικής εκπαίδευσης και άγνοιας ξένων γλωσσών, έλλειψη καθαριότητας εστιατορίων, κακές συνθήκες διαμονής σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, αντιστοιχία ποιότητας και τιμής.

Ταξί: Λίγα και ακριβά, έλλειψη ευγένειας και σεβασμού από τους οδηγούς, αποφυγή χρήσης ταξιμέτρων.

Αεροδρόμια: Έλλειψη καθαριότητας στις τουαλέτες, μεγάλες ουρές και καθυστερήσεις, έλλειψη κλιματισμού, παράπονα για αίθουσες αναμονής και καταστημάτων αφορολόγητων ειδών.

Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία: ανεπαρκείς εξηγήσεις στα εκθέματα, λίγες ώρες λειτουργίας (Ακρόπολη), συνωστισμός λόγω κοινής εισόδου και εξόδου.

Λοιπές υπηρεσίες: έλλειψη πληροφόρησης και πινακίδων που κατευθύνουν τους τουρίστες, ανεπαρκής εξοπλισμός νοσοκομείων, μεγάλες ουρές στις τράπεζες.

Αξίζει να σημειωθεί όμως ότι υπάρχει και σημαντικός αριθμός αλλοδαπών τουριστών που εκφράζουν θετικά σχόλια, πολλά μάλιστα από τα οποία έρχονται σε αντίθεση με τα προηγούμενα αρνητικά σχόλια.

Συγκεκριμένα, τα θετικά σχόλια αφορούν κυρίως τη στάση των ανθρώπων, αλλά και τις φυσικές ομορφιές της χώρας και ορισμένες υπηρεσίες (π.χ. ιατρικές, αστυνομικές υπηρεσίες κ.τ.λ)

Κεφάλαιο 12

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ 1998

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), οι προβλέψεις για την τουριστική κίνηση του 1998 είναι αισιόδοξες και θετικές.

Είναι γνωστό ότι το 1997, έκλεισε για τον ελληνικό τουρισμό θετικά, με μια ποσοστιαία αύξηση αφίξεων αλλοδαπών τουριστών της τάξης του 10%. Το γεγονός αυτό μας δίνει την ελπίδα ότι και το 1998, θα συνεχισθούν οι ανοδικές τάσεις για τον ελληνικό τουρισμό με περαιτέρω αύξηση ή σταθεροποίηση της κίνησης.

Από την πλευρά τους οι ξενοδόχοι χαρακτηρίζουν ως ένα όνειρο θερινής νυκτός την ανεύρεση κλίνης σε ξενοδοχείο των Κυκλάδων, της Κρήτης, των Ιονίων Νησιών, της Ρόδου για την περίοδο 20 Ιουλίου - 30 Αυγούστου.

Στις Κυκλάδες και πιο συγκεκριμένα, στη Μύκονο οι πληρότητες μέχρι τις 25 Αυγούστου βάσει των μέχρι τώρα στοιχείων ξεπερνούν το 90%. Όπως υπογράμμισε ο πρόεδρος των Ξενοδόχων της Μυκόνου, ο κ. Ανδρέας Φιορεντίνος, αναμένεται νέα αύξηση των τουριστών από την Γερμανία, την Αγγλία, την Αμερική και την Σκανδιναβία.

Στην Κρήτη, που αποτελεί τον μεγαλύτερο τουριστικό προορισμό της Ελλάδος, αναμένεται μια αύξηση αφίξεων αλλοδαπών της τάξης του 7-10%. Σύμφωνα με τον αντιπρόεδρο της Ένωσης Ξενοδόχων Χανίων, κ. Μανώλη Φραδέλο, τον Ιούλιο και τον Αύγουστο οι κρατήσεις σε όλη την

Κρήτη, είναι ικανοποιητικές, ενώ προβλέπεται στο ίδιο κλίμα θα κινηθεί τόσο ο Σεπτέμβριος όσο και ο Οκτώβριος.

Σύμφωνα με τα πρώτα στοιχεία ο μεγάλος κερδισμένος της τουριστικής πίτας, δείχνει ότι είναι η Κεφαλονιά και η Ιθάκη, όπου ο Μάιος έκλεισε με μια αύξηση του ύψους 19,35%, σε σχέση με τον Μάιο του 1997, η τουριστική κίνηση για τον Ιούνιο προβλέπεται να αυξηθεί στο 17%, λόγω του Μουντιάλ, ενώ για τον Ιούλιο και τον Αύγουστο προβλέπεται μια αύξηση της τάξεως του 18%, σε σχέση με τους αντίστοιχους μήνες του 1997. Όπως υποστηρίζει, ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Κεφαλονιάς και Ιθάκης, ο κ. Σπύρος Γαλιατσάτος, η τουριστική άνοδος οφείλεται στον εσωτερικό τουρισμό που παρουσιάζει κατακόρυφη αύξηση. Ο κ. Γαλιατσάτος, επισημαίνει ότι από την ξένη αγορά πρωταγωνιστούν οι Βρετανοί, οι οποίοι το μήνα Μάιο έφτασαν το 89% των ξένων τουριστών.

Την ίδια θετική εικόνα με την Κεφαλονιά παρουσιάζει και η Ζάκυνθος, ενώ οριακά χαμηλότερη αλλά σε υψηλά επίπεδα, σε σχέση με το 1997 είναι και η Λευκάδα. Η Κέρκυρα, σύμφωνα με τα πρώτα στοιχεία, παρουσιάζει άνοδο σε σύγκριση με την περσινή χρονιά, η οποία όμως απέχει από την κίνηση των άλλων νησιών του Ιονίου.

Έτσι καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι η φετινή χρονιά εκτιμάται θετική, αφού η αύξηση των αφίξεων ξένων τουριστών αγγίζει το 7-10%, σε σχέση με το τουριστικό μπλακ-άουτ γειτονικών χωρών, όπως της Τουρκίας όπου η μείωση των ξένων τουριστικών αγορών, σύμφωνα με το Τουρκικό Πρακτορείο Ειδήσεων, πλησιάζει το 40%. Χαρακτηριστικό, είναι ότι και οι Τούρκοι τουρίστες εγκαταλείπουν την πατρίδα τους για το εξωτερικό αναφέροντας ως παράδειγμα, ότι ενώ πέρσι στην Ελλάδα είχαν επισκεφθεί

13.000 περίπου Τούρκοι, το 1998 αναμένεται να φθάσουν και να ξεπεράσουν τις 20.000.

Επίλογος

Μετά από μια ακαταπρόβλεπτη προσπάθεια μπορούμε με σιγουριά να πούμε ότι ο τουρισμός, αναμφίβολα αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο της οικονομίας μας και είναι σε θέση κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις να συμβάλλει αποφασιστικά στην επίλυση οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων τόσο των αναπτυγμένων χωρών, όσο και των αναπτυσσομένων, που κάνουν ότι μπορούν για να ξεφύγουν από τη φτώχεια και τις δυσκολίες της ζωής.

Στις περισσότερες χώρες του κόσμου ο τουρισμός και κατά συνέπεια και η τουριστική οικονομία βρίσκονται ακόμα στο δρόμο της ανάπτυξης, που σημαίνει ότι δεν έχουν αποδώσει ακόμα αυτά που μπορούν να προσφέρουν για την επίλυση πολλών προβλημάτων. Για να αναπτυχθεί όμως η τουριστική οικονομία δεν χρειάζεται μόνο η θέληση της Κυβέρνησης μιας χώρας, αλλά και η βούληση του πληθυσμού, η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και αναδομής, η δυνατότητα παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας υψηλού επιπέδου καθώς και οι καλές κλιματολογικές συνθήκες κ.ά.

Δεν πρέπει όμως να ξεχάσουμε ότι ο Τουρισμός και ειδικότερα ο διεθνής τουρισμός ανήκει σε εκείνους τους κλάδους που επηρεάζονται συνήθως αρνητικά από τις οικονομικές και πολιτικές συγκυρίες που υπάρχουν σε όλο τον κόσμο.

Όσο αφορά τις αρνητικές επιπτώσεις που προέρχονται από τις διεθνείς πολιτικές συγκυρίες, πρέπει να πούμε ότι η ανάκαμψή τους είναι γρήγορη και αποτελεσματική γιατί δίνεται σύντομα μια λύση στην αναταραχή που προκλήθηκε. Αντίθετα, οι κρίσεις του τουρισμού που προκαλείται από διεθνείς οικονομικές συγκυρίες είναι εντονότερες και διαρκούν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από τις πολιτικές συγκυρίες. Αυτό συμβαίνει γιατί τα τουριστικά αγαθά που παράγουν και προσφέρουν

οι τουριστικές οικονομίες δεν ικανοποιούν τις τουριστικές; ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών. Έτσι αυτό οδηγεί τους τουρίστες να περιορίζουν στο ελάχιστο την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα.

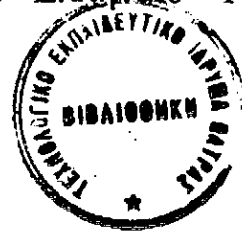
Για το γεγονός αυτό οι χώρες υποδοχής των τουριστών, που δεν έχουν τη δυνατότητα να πιέσουν ή να μεταβάλλουν τις διεθνείς συνθήκες περιορίζουν, όσο το δυνατόν γίνεται, την εξάρτησή τους από αυτές τις ανάγκες.

Για το λόγο αυτό οι χώρες υποδοχής τουριστών, για την καλύτερη αντιμετώπιση των πολιτικών και οικονομικών συγκυριών σε εθνικό επίπεδο θα πρέπει να αποφύγουν την εξάρτησή τους από μια και μόνο τουριστική αγορά. Ακόμα, για να επιτευχθεί τουριστική ανάπτυξη απαιτείται αύξηση της τουριστικής παραγωγής, ποιοτική βελτίωση της παραγωγής, πληρέστερη αξιοποίηση και πιο σωστή εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων.

Επίσης, η τουριστική ανάπτυξη, θα πρέπει να επιχειρείται προγραμματισμένα και με οργάνωση, για να είναι όσο το δυνατόν καλύτερα τα αποτελέσματα. Δεν πρέπει ωστόσο να ξεχνούμε ότι οι τουρίστες του εξωτερικού μεταφέρουν μαζί τους ήθη, έθιμα, αντιλήψεις και τρόπους ζωής άγνωστα στη χώρα μας. Εδώ λοιπόν, χρειάζεται η κριτική ικανότητα του καθένα μας, για να μπορέσουμε να αποβάλλουμε αυτά που μας βλάπτουν και να υιοθετήσουμε τις αντιλήψεις που μας προσφέρουν θετικά αποτελέσματα. Διότι μη ξεχνάμε ότι εγκυμονεί κίνδυνος αλλοτρίωσης και οφείλουμε ως άτομα και ως πολιτεία να διαφυλάξουμε με κάθε τρόπο την προγονική μας κληρονομιά και την εθνική μας ταυτότητα.

Βιβλιογραφία

1. ΕΟΤ ΠΑΤΡΑΣ
2. ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ Ν.: Τουριστική Οικονομία τόμος Α'
3. ΚΑΛΦΙΩΤΗΣ Σ.: Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού
4. ΚΑΛΦΙΩΤΗΣ Σ.: Τουριστική Οικονομική
5. ΛΟΓΟΘΕΤΗΣ Μ.: Προβλήματα και Κατευθύνσεις Τουριστικής Πολιτικής
6. ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ: Τουρισμός και Οικονομία
7. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑ ΖΑΚΥΝΘΟΥ
8. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ: Ξενία
9. ΧΑΜΑΚΟΣ Γ.: Ποιοτικός Τουρισμός και Ελληνικό Τουριστικό Προϊόν.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

*Σημείωση: Πηγή των στατιστικών στοιχείων που ακολουθούν, ήταν ο ΕΟΤ Πάτρας.

**ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ
ΚΑΤΑ ΒΑΘΜΩΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ**

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗ- ΜΕΝΗ	ΜΕΡΙΚΩΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗ- ΜΕΝΗ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗ- ΜΕΝΗ	ΣΥΝΟΛΟ
Διαμονή	40,73%	53,20%	6,07%	100,00%
Σίτιση	48,12%	45,14%	6,74%	100,00%
Διασκέδαση	47,06%	46,46%	6,48%	100,00%
Χερσαίες μετ.εσωτ.	23,68%	53,43%	22,89%	100,00%
Αεροπορ.μεταφ.εσωτ.	34,71%	51,35%	13,95%	100,00%
Θαλάσσιες μετ.εσωτ.	37,13%	49,90%	27,32%	100,00%
Τηλεπικοινωνίες	27,79%	44,90%	27,32%	100,00%
Τουριστικά Καταστήμ.	34,42%	54,02%	11,56%	100,00%
Ταξιδιωτικοί Πράκτορ.	34,81%	50,32%	14,87%	100,00%
Κρουαζιέρες	36,43%	50,97%	12,60%	100,00%
Συνθήκες υγιεινής	11,33%	52,49%	36,19%	100,00%

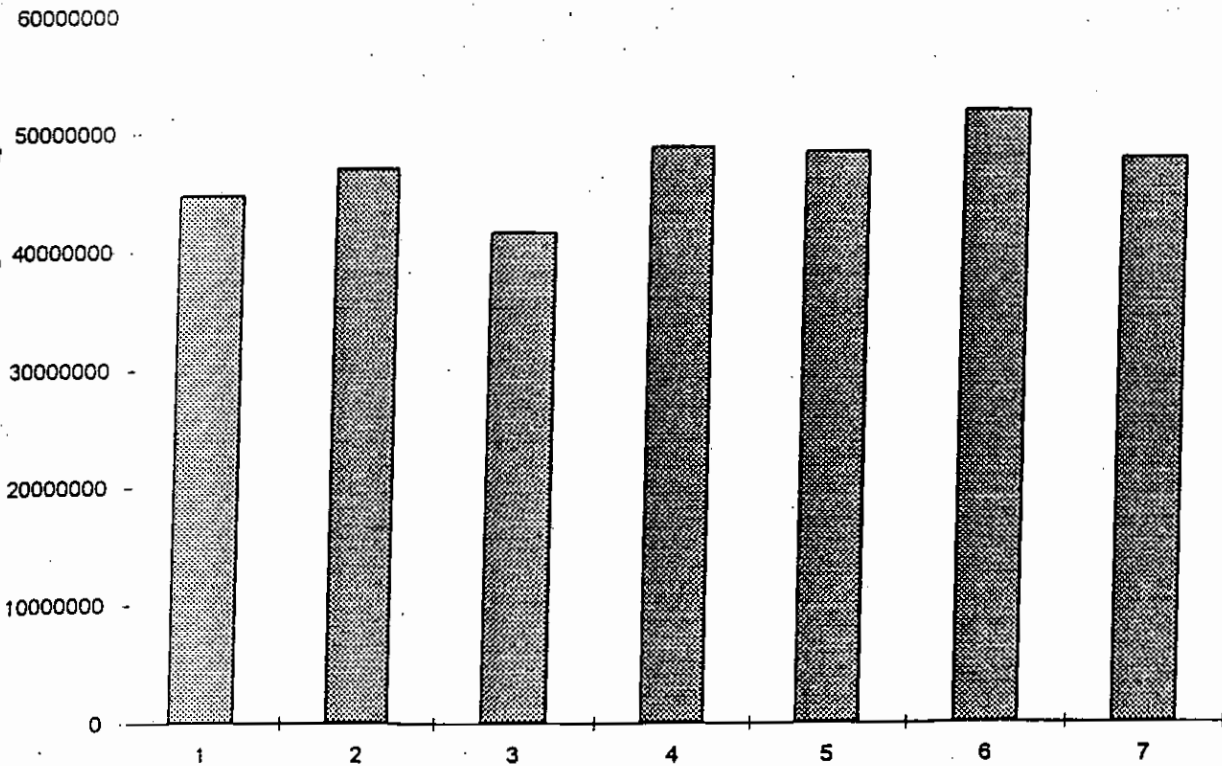
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΕΤΩΝ
ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ
ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΥΤΑ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ : ΕΛ. ΟΡΓ.
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

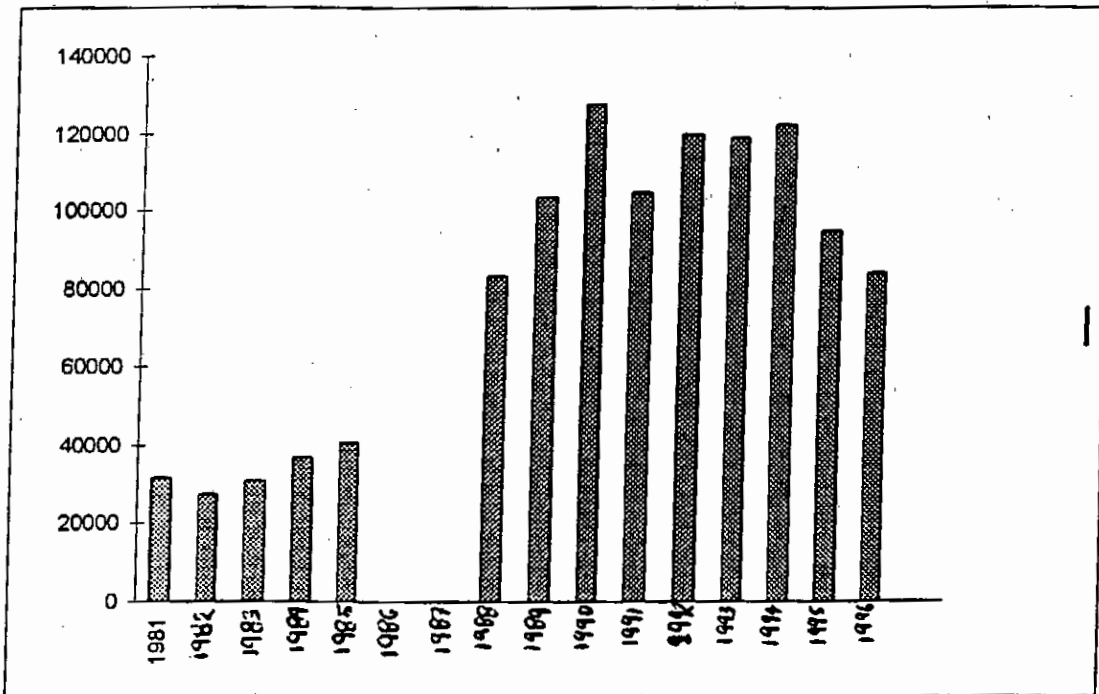
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Α' : ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ Α1 : ΕΡΕΥΝΑΣ - ΜΕΛΕΤΩΝ
ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
ΣΤΑ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΕΤΩΝ
1989 - 1995



**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΙΣΠΑΝΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΟΥ 1981 - 1996**

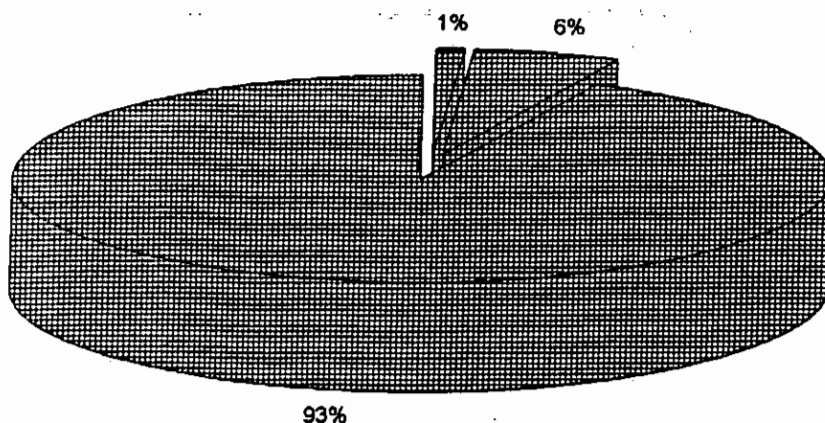
1981.....	31.679	1989.....	103.435
1982.....	27.331	1990.....	127.516
1983.....	31.021	1991.....	104.655
1984.....	37.091	1992.....	119.964
1985.....	40.791	1993.....	118.967
1986.....	-	1994.....	122.213
1987.....	-	1995.....	94.920
1988.....	83.189	1996.....	84.332



ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΟΥ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ	Α/Α	ΠΟΣΟΣΤΟ
Επαγγελματικοί λόγοι	1	6%
Άλλα	2	1%
Ανάπαυση και Διακοπές	3	93%

ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ



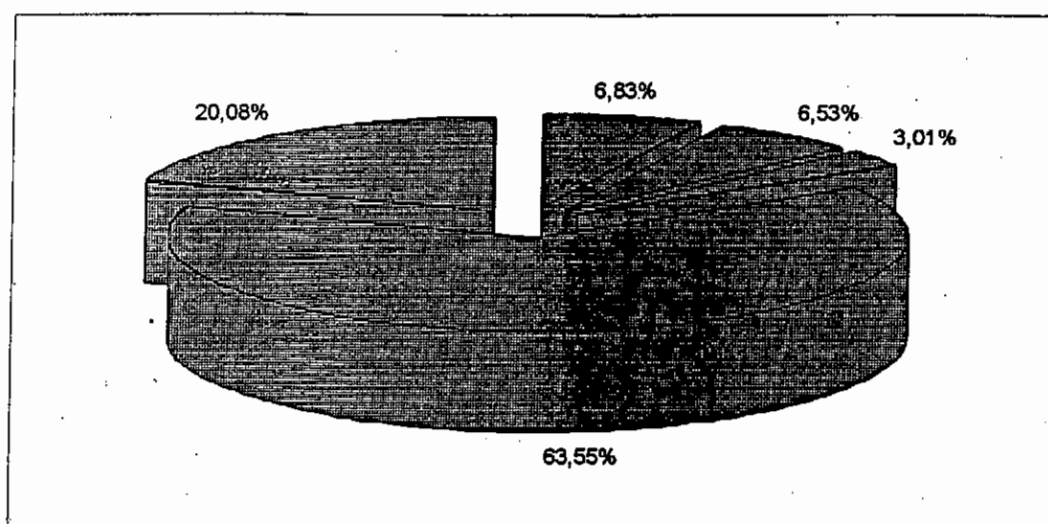
Το κίνητρο των ταξιδιωτών είναι οι διακοπές και η ανάπαυση σε ποσοστό 92,9 % του συνόλου των ταξιδιών.

Το υπόλοιπο 5,8 % των ταξιδιών πραγματοποιείται για λόγους επαγγελματικούς.

ΤΥΠΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

ΤΥΠΟΣ ΚΑΛΥΜΜΑΤΟΣ	Α/Α	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ξενοδοχείο και συναφή καλύμματα	1	20,08 %
Κάμπινγκς	2	6,83 %
Ενοικιαζόμενες κατοικίες	3	6,53 %
Άλλα	4	3,01 %
Ιδιόκτητες κατοικίες ή Οικογενειακές	5	63,55 %

ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΤΥΠΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ



Σχετικά με το τύπο καταλύματος που επιλέχθηκε, στο 63,55 % των ταξιδιών οι Ισπανοί κατέληξαν σε κατοικίες ιδιοκτήτες ή φιλοξενήθηκαν από συγγενείς ή φίλους.

Το 20 % των ταξιδιωτών προτίμησε τα ξενοδοχεία ή συναφή καταλύματα, ενώ τα 6,8 % και το 6,5 % κατευθύνθηκε σε ενοικιαζόμενες κατοικίες και κάμπινγκς αντίστοιχα.

ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΤΕΩΗ

	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1996 / 1995	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1997 / 1996
1.	1.483.528	1.360.516	1.519.913	-6,29%	11,72%
1.1	1.199.585	1.063.789	1.232.316	-11,32%	15,84%
1.2	283.943	296.727	287.597	4,50%	-3,08%
2.	179.338	97.387	125.648	-45,70%	29,02%
3.	82.185	70.431	51.776	-14,30%	-26,49%
4.	118.554	160.645	196.738	35,50%	22,47%
5.	5.258	6.079	7.641	15,61%	25,70%
Σ.Α.	1.868.863	1.696.068	1.901.716	-9,30%	12,19%
6.	6.868.516	6.163.528	7.203.730	-10,26%	16,88%
7.	1.649.237	1.801.651	1.799.334	9,24%	-0,13%
Σ.Δ.	8.617.763	7.966.179	9.003.064	-6,49%	13,03%
8.	398.765	384.971	392.463	-3,46%	1,95%
9.	71,20%	68,97%	76,47%	-3,14%	10,87%
10.	604.400.000	581.200.000	587.000.000	-3,84%	1,00%
11.	1.009.348.000	970.604.000	980.290.000	-3,84%	1,00%
12.	540,09	572,61	515,48	6,02%	-9,98%

ΦΟΙΣΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1996 / 1995	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1997 / 1996	
ΚΡΑΤΗ						
1. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	417.081	335.033	367.106	-19,67%	9,57%	
2. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	391.012	308.499	322.225	-21,10%	4,45%	
3. ΠΡΩΗΝ ΓιΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	57.548	54.537	103.197	-5,23%	89,22%	
4. ΙΤΑΛΙΑ	104.117	75.597	101.248	-27,39%	33,93%	
5. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	99.406	85.919	94.123	-13,57%	9,55%	
6. ΣΟΥΗΔΙΑ	87.167	82.024	88.427	-5,90%	7,81%	
7. ΓΑΛΛΙΑ	108.782	85.312	83.650	-21,58%	-1,95%	
8. ΑΥΣΤΡΙΑ	76.882	76.178	81.723	-0,92%	7,28%	
9. ΔΑΝΙΑ	63.609	58.002	64.095	-8,81%	10,50%	
10. ΕΛΒΕΤΙΑ	42.980	43.157	61.890	0,41%	43,41%	
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	338.094	420.369	482.256	24,33%	14,72%	
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	1.786.678	1.624.627	1.849.940	-9,07%	13,87%	
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	82.185	70.431	51.776	-14,30%	-26,49%	
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	1.868.863	1.695.058	1.901.716	-9,30%	12,19%	

ΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΜΕΣΟ

ΚΡΑΤΗ	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ				ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ		
	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	
1. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	360.945	314.400	331.957	52.634	17.387	32.202	
2. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	376.484	297.522	308.273	13.380	9.467	12.795	
3. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	90.223	79.580	87.787	8.167	4.442	5.238	
4. ΣΟΥΗΔΙΑ	82.510	76.998	83.934	3.143	2.183	2.927	
5. ΑΥΣΤΡΙΑ	71.646	71.870	81.307	4.521	3.118	55	
6. ΓΑΛΛΙΑ	85.753	77.807	75.112	21.512	6.162	7.341	
7. ΙΤΑΛΙΑ	63.080	52.151	62.246	39.394	20.487	37.943	
8. ΕΛΒΕΤΙΑ	41.921	41.417	61.563	960	1.438	179	
9. ΔΑΝΙΑ	60.106	53.629	60.355	3.051	3.505	3.023	
10. ΠΡΩΗΝ Γιουγκοσλαβία	5.722	9.658	7.112	910	611	48	
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	245.138	285.484	360.267	31.666	28.587	23.897	
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	1.483.528	1.360.516	1.519.913	179.338	97.387	125.648	
		ΟΛΙΚΟΣ		ΣΙΑΦΡΟΔΡΟΜΙΚΟΣ			
ΚΡΑΤΗ	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	
1. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.625	2.306	2.274	877	940	673	
2. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	757	1.150	699	391	360	458	
3. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	911	1.767	808	105	130	290	
4. ΣΟΥΗΔΙΑ	1.317	2.607	1.449	197	236	117	
5. ΑΥΣΤΡΙΑ	548	1.115	295	167	75	66	
6. ΓΑΛΛΙΑ	1.215	1.143	987	302	200	210	
7. ΙΤΑΛΙΑ	1.281	2.749	966	362	210	93	
8. ΕΛΒΕΤΙΑ	81	277	129	18	25	19	
9. ΔΑΝΙΑ	329	748	410	123	120	307	
10. ΠΡΩΗΝ Γιουγκοσλαβία	49.083	42.676	92.562	1.833	1.592	3.475	
11. ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	60.407	104.107	96.159	883	2.191	1.933	
ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ	118.554	160.645	196.738	5.258	6.079	7.641	

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΣΤΑΘΜΟ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997
1. ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ	380.362	320.535	361.399
2. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ	259.953	257.609	302.253
3. ΠΡΕΒΕΖΑΣ	23.231	20.584	194.632
4. ΚΕΡΚΥΡΑΣ	163.933	142.256	143.352
5. ΚΩ	107.634	97.180	109.965
6. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	97.040	86.875	103.357
7. ΣΚΙΑΘΟΥ	24.071	21.722	61.712
8. ΖΑΚΥΝΘΟΥ	54.971	49.224	53.689
9. ΛΟΙΠΟΙ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕΣ	372.333	364.531	189.554
ΣΥΝΟΛΟ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ	1.483.528	1.360.516	1.519.913

ΘΑΛΑΣΣΙΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997
1. ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑΣ	94.802	14.611	38.408
2. ΠΑΤΡΩΝ	46.007	31.064	37.537
3. ΡΟΔΟΥ	7.011	13.981	11.881
4. ΚΕΡΚΥΡΑΣ	3.740	7.659	10.408
5. ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1.482	1.393	3.994
6. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	1.764	1.935	1.174
7. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ	2.628	1.848	46
8. ΕΛΕΥΣΙΝΟΣ	77	0	0
9. ΛΟΙΠΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ	21.827	24.896	22.200
ΣΥΝΟΛΟ ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ	179.338	97.387	125.648

ΟΔΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997
1. ΕΥΖΩΝΩΝ	57.709	49.730	94.203
2. ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ	37.570	54.558	42.986
3. ΝΙΚΗΣ	2.011	3.579	17.149
4. ΔΟΙΡΑΝΗΣ	841	11.197	15.027
5. ΚΑΚΚΑΒΙΑΣ	7.638	17.920	12.915
6. ΚΗΠΩΝ	8.210	14.432	8.364
7. ΟΡΜΕΝΙΟΥ	2.224	3.767	2.971
8. ΚΡΥΣΤΑΛΛΟΠΗΓΗΣ	2.183	4.808	2.903
9. ΚΑΣΤΑΝΕΩΝ	168	654	220
ΣΥΝΟΛΟ ΟΔΙΚΩΣ	118.554	160.645	196.738

ΣΙΑΗΡΟΔΡΟΜΙΚΟΙ ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ

ΣΤΑΘΜΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997
1. ΕΙΔΟΜΕΝΗΣ	2.086	3.729	5.625
2. ΔΙΚΑΙΩΝ	79	112	1.390
3. ΠΥΘΙΟΥ	983	1.118	386
4. ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ	2.110	1.120	240
ΣΥΝΟΛΟ ΣΙΑΗΡΟΔΡΟΜΙΚΩΣ	5.258	6.079	7.641

ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΜΩΝ	1.786.678	1.624.627	1.849.940
-----------------------	------------------	------------------	------------------

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ	82.185	70.431	51.776
-------------------------------	---------------	---------------	---------------

ΣΥΝΟΛΟ ΑΦΙΞΕΩΝ	1.868.863	1.695.058	1.901.716
-----------------------	------------------	------------------	------------------

ΦΟΙΒΙΣ ΜΕ ΠΤΗΣΙΣ CHARTERS ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ						
		ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1996 / 1995	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1997 / 1996
	ΚΡΑΤΗ					
1.	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	302.367	268.634	296.099	-11,16%	10,22%
2.	ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	362.451	253.492	277.651	-30,06%	9,53%
3.	ΣΟΥΗΔΙΑ	76.844	75.142	81.694	-2,21%	8,72%
4.	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	71.754	64.086	74.632	-10,69%	16,46%
5.	ΑΥΣΤΡΙΑ	62.174	66.288	74.140	6,62%	11,85%
6.	ΕΛΒΕΤΙΑ	38.435	31.340	61.550	-18,46%	96,39%
7.	ΔΑΝΙΑ	55.791	49.760	58.355	-10,81%	17,27%
8.	ΓΑΛΛΙΑ	57.348	54.185	52.431	-5,52%	-3,24%
9.	ΙΤΑΛΙΑ	40.066	32.215	39.359	-19,60%	22,18%
10.	ΒΕΛΓΙΟ	33.669	33.916	38.519	0,73%	13,57%
11.	ΛΟΙΠΑ ΚΡΑΤΗ	98.686	134.731	177.886	36,52%	32,03%
	ΣΥΝΟΛΟ	1.199.585	1.063.789	1.232.316	-11,32%	15,84%

ΑΦΙΞΕΙΣ ΜΕ ΠΤΗΗΣΕΙΣ CHARTER ΣΤΟΥΣ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΥΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕΣ						
	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1996 / 1995	ΜΕΤΑΒΟΛΗ 1997 / 1996	
ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕΣ						
1. ΗΡΑΚΛΕΙΟ	255.097	244.522	296.202	-4,15%	21,14%	
2. ΡΟΔΟΣ	162.660	147.871	191.916	-9,09%	29,79%	
3. ΚΕΡΚΥΡΑ	162.810	128.960	142.744	-20,79%	10,69%	
4. ΚΩΣ	106.401	90.259	109.427	-15,17%	21,24%	
5. ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ	132.144	99.154	98.071	-24,97%	-1,09%	
6. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	85.622	76.690	91.119	-10,43%	18,81%	
7. ΧΑΝΙΑ	57.326	54.768	61.513	-4,46%	12,32%	
8. ΖΑΚΥΝΘΟΣ	54.115	47.423	53.689	-12,37%	13,21%	
9. ΛΟΙΠΟΙ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΕΣ	183.410	174.142	187.635	-5,05%	7,75%	
ΣΥΝΟΛΟ	1.199.585	1.063.789	1.232.316	-11,32%	15,84%	

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΑ ΠΑΣΗΣ ΦΥΣΕΩΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

		ΗΜΕΔΑΠΟΙ					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ		ΙΟΥΛΙΟΣ	1995	ΙΟΥΛΙΟΣ	1996	ΙΟΥΛΙΟΣ	1997
1.	ΑΤΤΙΚΗ		236.232		192.494		234.582
2.	ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		231.311		300.710		224.535
3.	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		200.551		209.608		222.344
4.	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ		157.413		167.548		165.115
5.	ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ		118.062		164.520		164.506
6.	ΘΕΣΣΑΛΙΑ		136.767		136.516		145.370
7.	ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ		148.622		141.485		141.314
8.	ΚΡΗΤΗ		85.880		125.818		123.968
9.	ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ		102.954		113.976		120.228
10.	ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		64.220		73.426		91.601
11.	ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ		84.880		86.866		77.295
12.	ΗΠΕΙΡΟΣ		61.392		60.448		61.513
13.	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		20.953		28.236		26.953
	ΣΥΝΟΛΟ		1.649.237		1.801.651		1.799.334
		ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ		ΙΟΥΛΙΟΣ	1995	ΙΟΥΛΙΟΣ	1996	ΙΟΥΛΙΟΣ	1997
1.	ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		2.450.643		2.301.796		2.511.029
2.	ΚΡΗΤΗ		1.608.703		1.536.001		1.895.343
3.	ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ		851.019		584.563		778.697
4.	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		456.401		372.104		558.747
5.	ΑΤΤΙΚΗ		608.337		479.576		525.502
6.	ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		261.036		243.760		259.268
7.	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ		170.785		194.885		207.185
8.	ΘΕΣΣΑΛΙΑ		120.662		114.163		119.292
9.	ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ		97.315		104.678		110.788
10.	ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ		106.841		111.210		110.031
11.	ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ		86.002		76.204		82.506
12.	ΗΠΕΙΡΟΣ		48.315		41.011		42.155
13.	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		2.457		3.577		3.187
	ΣΥΝΟΛΟ		6.868.516		6.163.528		7.203.730
		ΣΥΝΟΛΟ					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ		ΙΟΥΛΙΟΣ	1995	ΙΟΥΛΙΟΣ	1996	ΙΟΥΛΙΟΣ	1997
1.	ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		2.681.954		2.602.506		2.735.564
2.	ΚΡΗΤΗ		1.694.583		1.661.819		2.019.311
3.	ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ		969.081		749.083		943.203
4.	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		656.952		581.712		781.091
5.	ΑΤΤΙΚΗ		844.569		672.070		760.084
6.	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ		328.198		362.433		372.300
7.	ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ		325.256		317.186		350.869
8.	ΘΕΣΣΑΛΙΑ		257.429		250.679		264.662
9.	ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ		255.463		252.695		251.345
10.	ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ		200.269		218.654		231.016
11.	ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ		170.882		163.070		159.801
12.	ΗΠΕΙΡΟΣ		109.707		101.459		103.668
13.	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ		23.410		31.813		30.150
	ΣΥΝΟΛΟ		8.517.753		7.965.179		9.003.064

ΚΛΙΝΕΣ ΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΑΝ ΣΤΑ ΠΛΗΡΗ ΦΥΣΕΩΣ ΕΘΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΑΥΤΩΝ

	ΚΛΙΝΕΣ				ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ		
	ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997		ΙΟΥΛΙΟΣ 1995	ΙΟΥΛΙΟΣ 1996	ΙΟΥΛΙΟΣ 1997
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ							
1. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	102.038	101.851	95.639				
2. ΚΡΗΤΗ	68.473	68.362	71.870				
3. ΑΤΤΙΚΗ	51.638	43.641	48.112				
4. ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	36.365	34.252	36.779				
5. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	30.857	27.993	31.050				
6. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	23.583	23.625	22.379				
7. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	20.230	18.674	18.583				
8. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	17.038	16.996	17.446				
9. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	15.252	16.268	16.828				
10. ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	12.904	12.759	13.253				
11. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	11.374	11.661	10.553				
12. ΗΠΕΙΡΟΣ	6.357	6.287	7.309				
13. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	2.656	2.602	2.668				
ΣΥΝΟΛΟ	398.765	384.971	392.469				
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ							
1. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	84,79%	82,43%	95,34%				
2. ΚΡΗΤΗ	79,83%	78,42%	93,66%				
3. ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	85,96%	70,55%	85,48%				
4. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	68,68%	67,03%	83,85%				
5. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	68,79%	62,90%	69,50%				
6. ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗ	50,06%	55,28%	58,10%				
7. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	44,89%	49,49%	55,45%				
8. ΑΤΤΙΚΗ	52,76%	51,33%	52,66%				
9. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	48,74%	47,58%	50,57%				
10. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	48,46%	45,11%	50,48%				
11. ΗΠΕΙΡΟΣ	55,67%	52,06%	47,28%				
12. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	40,74%	43,65%	45,09%				
13. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	28,43%	39,44%	37,67%				
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	68,90%	68,97%	76,47%				