

Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Τα τουριστικά πρακτορεία – Παρόν και Μέλλον



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:

ΣΩΤΗΡΩΠΟΥΛΟΣ Γ.

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΚΑΠΟΓΙΑΝΝΑΤΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

ΤΣΕΛΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΠΑΤΡΑ 2004



ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6879
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

□ Πρόλογος.....	σελ. 1
□ Η εξέλιξη του τουρισμού.....	σελ. 3
□ Thomas Cook	σελ. 5
□ Τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία στην Ελλάδα	σελ. 5

1 Οργάνωση και διοίκηση τουριστικού πρακτορείου

1.1 Τουριστικά πρακτορεία	σελ. 8
1.2 Σύσταση τουριστικού πρακτορείου	σελ. 11
1.2.1 Διακριτικός τίτλος.....	σελ. 12
1.3 Ίδρυση τουριστικού πρακτορείου.....	σελ. 13
1.4 Έννοια – Σκοπός – Εργασίες τουριστικού πρακτορείου	σελ. 15
1.5 Δραστηριότητες τουριστικών πρακτορείων	σελ. 17
1.6 Διακρίσεις τουριστικών πρακτορείων	σελ. 19
1.7 Η τουριστική προσφορά και η τουριστική ζήτηση.....	σελ. 22
1.8 Μάνατζμεντ τουριστικού πρακτορείου	σελ. 24
1.9 Οργανόγραμμα τουριστικού πρακτορείου.....	σελ. 26

2 Λειτουργία τουριστικού πρακτορείου εισερχόμενου τουρισμού (incoming)

2.1 Υπηρεσίες τουριστικού πρακτορείου incoming	σελ. 32
2.2 Λειτουργικές διαδικασίες.....	σελ. 33
2.2.1 Προετοιμασία της τουριστικής περιόδου.....	σελ. 33
2.2.2 Έντυπα	σελ. 37
2.3 Overbooking	σελ. 40
2.4 Εργασίες στο αεροδρόμιο	σελ. 41
2.5 Τμήμα διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων	σελ. 43
2.6 Τουριστικά λεωφορεία.....	σελ. 44

3 Tour Operators & Outgoing (Εξερχόμενος Τουρισμός)

3.1 Ο ρόλος των Tour Operators.....	σελ. 48
3.2 Οργανωτική δομή του T.O.....	σελ. 50
3.3 Εκπρόσωπος του πρακτορείου.....	σελ. 55

3.4	Πριν την αναχώρηση του πελάτη	σελ. 55
3.5	Στον τουριστικό προορισμό	σελ. 56
3.6	Μετά την επιστροφή του πελάτη	σελ. 57
3.7	Ασφάλιση.....	σελ. 57
3.8	Τουριστικό πακέτο.....	σελ. 58
3.8.1	Tour Operating: σύνθεση σχεδιασμός και εκτέλεση πακέτου.....	σελ. 60
3.8.2	Costing: κοστολόγηση – τιμολόγηση τουριστικού πακέτου	σελ. 63
3.9	Οι κατάλογοι των Τ.Ο. (Brochures)	σελ. 64
3.10	Last minute trips	σελ. 66
3.11	Incentive travels	σελ. 67

4 Ticketing: Κρατήσεις & πώληση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων

4.1	Η δραστηριότητα των εισιτηρίων	σελ. 70
4.2	Αεροπορική μεταφορά.....	σελ. 70
4.3	Η διαδικασία κρατήσεων σε ένα GDS.....	σελ. 71
4.4	Το GSA αεροπορικής εταιρείας.....	σελ. 73
4.5	Ηλεκτρονικές κρατήσεις ακτοπλοϊκών θέσεων on line.....	σελ. 74
4.6	Διαχείριση εισιτηρίων.....	σελ. 75
4.7	Σχέδιο εξόφλησης κατά περιοχή.....	σελ. 76
4.8	Σύστημα Galileo	σελ. 78

5 Τουριστικά πρακτορεία & τεχνολογία

5.1	Συστήματα για διοικητικές και λογιστικές εργασίες του τουριστικού πρακτορείου	σελ. 81
5.2	Λογισμικές εφαρμογές.....	σελ. 83
5.3	Η ηλεκτρονική μηχανογράφηση των τουριστικών πρακτορείων	σελ. 84
5.4	Κατηγορίες μηχανών τουριστικού πρακτορείου	σελ. 85
5.5	Ηλεκτρονικά συστήματα κρατήσεων	σελ. 86
5.6	Πληροφορική & διαδίκτυο	σελ. 88
5.6.1	Το διαδίκτυο ως εργαλείο προβολής και πληροφόρησης.....	σελ. 88
5.6.2	Το διαδίκτυο ως εργαλείο κρατήσεων και πωλήσεων.....	σελ. 89
5.6.3	Συστήματα κρατήσεων με υπολογιστές.....	σελ. 91
5.7	Μηχανοργάνωση τουριστικού πρακτορείου.....	σελ. 92
5.8	E-commerce: μια δυναμική τουριστική αγορά	σελ. 93

6	Μελλοντικές εξελίξεις για τα τουριστικά πρακτορεία	
6.1	Τα χαρακτηριστικά των ξένων τουριστών.....	σελ. 96
6.2	Μελλοντικές ταξιδιωτικές τάσεις.....	σελ. 97
6.3	Προετοιμασία για το μέλλον.....	σελ. 98
6.4	Τεχνολογικές εξελίξεις: Ευχή ή κατάρα για τα τουριστικά πρακτορεία;	σελ. 101
6.5	Το μέλλον των τουριστικών πρακτορείων.....	σελ. 104
6.6	Η θέση των Τ.Ο. στην παγκόσμια οικονομία	σελ. 108
6.7	Παρούσα κατάσταση	σελ. 109
6.7.1	Το Ευρώ και οι αλλαγές που επέφερε στη λειτουργία των τουριστικών πρακτορείων.....	σελ. 109
6.7.2	Τρομοκρατικό χτύπημα 11ης Σεπτεμβρίου, πόλεμος στο Ιράκ, SARS και οι συνέπειές τους.....	σελ. 111
6.7.3	Άλλες απειλές για τα τουριστικά πρακτορεία.....	σελ. 113
6.8	Προοπτικές ανάπτυξης εν όψει του 2004	σελ. 116
6.9	Η συμβολή των τουριστικών πρακτορείων στην ανάπτυξη του τουρισμού.....	σελ. 118
<input type="checkbox"/>	Επίλογος.....	σελ. 119
<input type="checkbox"/>	Παράρτημα.....	σελ. 121
<input type="checkbox"/>	Βιβλιογραφία & Πηγές.....	σελ. 128

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πρόλογος

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο με αμφισβητούμενη ημερομηνία γενεθλίων. Στις πρώτες του μορφές, οι τουριστικές ανάγκες είχαν σημαντικές διαφορές από τις σημερινές και η τεχνολογική εξυπηρέτηση ήταν ανάλογη με την εποχή του κάθε τουρίστα. Στις παρθενικές του φάσεις, ο τουρισμός ήταν μια επικίνδυνη δραστηριότητα. Οι κίνδυνοι αφορούσαν τη φυσική κατάσταση των τουριστών, εξαιτίας της αυξημένης εγκληματικότητας και της ανυπαρξίας ασφαλούς τουριστικής υποδομής.

Με την πάροδο του χρόνου και την ανάπτυξη του εμπορικού επαγγέλματος, παρουσιάστηκε μια ροή πληροφοριών, η οποία μπορούσε να ενημερώσει αυτούς που ήθελαν να ταξιδέψουν για τις ασφαλείς ή μη συνθήκες που επικρατούσαν σε διάφορες περιοχές. Σταδιακά ο τουρισμός σύνδεσε την έννοια του με τις έννοιες της ψυχαγωγίας, της ξεκούρασης και της ασφάλειας.

Με την ανάπτυξη των συγκοινωνιών μειώθηκε το κόστος του ταξιδιού και αυτό έφερε στον τομέα του τουρισμού ολοένα και περισσότερους εκπρόσωπους της αστικής τάξης. Η μέση αστική τάξη, των ανεπτυγμένων, χωρών στη δεκαετία του '50 παρουσίαζε όλα τα χαρακτηριστικά της υποψήφιας τουριστικής πελατείας, η οποία θα μπορούσε ν' ανατρέψει τα ισχύοντα τότε τουριστικά μεγέθη. Η τάξη αυτή όμως, έπρεπε να γνωρίζει το ακριβές κοστολόγιο αυτού του ταξιδιού και να έχει τις απαραίτητες εγγυήσεις για την ασφάλειά της, όπως και όλες οι κοινωνικές τάξεις που έκαναν τουρισμό.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της εξέλιξης του τουρισμού ως κοινωνικού και οικονομικού φαινομένου κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ουσιαστικά από τη δεκαετία του 1960 και μετά, είναι:

- Η μετάβαση από τους «περιηγητές» στο σύγχρονο τουρισμό, μέσα από τις διαδοχικές οργανωτικές μεταβολές του τουρισμού και του τουριστικού τομέα.
- Η μαζικοποίηση του τουρισμού, καθώς ο τουρισμός παίρνει πλέον τη μορφή μιας συγκροτημένης, προσφοράς (μιας ολόκληρης «βιομηχανίας») από την πλευρά των επιχειρήσεων και των χωρών υποδομής, ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν με επιτυχία στις νέες και αυξημένες απαιτήσεις των τουριστών.

Αυτό συνεπάγεται την αναγκαιότητα διαμόρφωσης υποδομής τουριστικής προσφοράς αλλά και τουριστικών προϊόντων. Η αναγκαιότητα αυτή έχει οδηγήσει στη δημιουργία μιας τουριστικής και ταξιδιωτικής βιομηχανίας, αναγκαία συνθήκη για τη διακίνηση, μεταφορά, υποδομή και εξυπηρέτηση των δεκάδων εκατομμυρίων ατόμων που ταξιδεύουν σε ετήσια βάση.

Λαμβάνοντας υπόψη, ότι ο τουρισμός – σε εθνικό και διεθνές επίπεδο – αποτελεί μια σημαντική οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα και ένα επιχειρηματικό πεδίο στο οποίο δραστηριοποιείται ένα πλήθος επιχειρήσεων, ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα σκληρός.

Η εξέλιξη του τουρισμού

Τα πρώτα ταξίδια ξεκινούν από τους αρχαίους χρόνους και φθάνουν να πάρουν την μορφή του σύγχρονου τουρισμού μετά το 1950. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες και έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η ανάπτυξη των ταξιδιών στα αρχαία χρόνια έχει άμεση σχέση με α) την ανάπτυξη των μεταφορικών αρτηριών και β) του χρήματος. Ιδρυτές του τουρισμού μπορεί να θεωρηθούν οι Σουμέριοι οι οποίοι εφεύραν το χρήμα και την ρόδα. Στη συνέχεια, οι Φοίνικες αναλαμβάνουν την μεταφορά ταξιδιωτών και εμπορευμάτων σε όλες τις περιοχές του τότε γνωστού κόσμου. Το εμπόριο είναι η αιτία για τα πρώτα ταξίδια στην μακρινή Κίνα και την Ινδία. Τα ταξίδια των μεγάλων φιλοσόφων, γεωγράφων και ιστορικών της αρχαιότητας (Ηρόδοτος, Πausανίας, Θαλής κ.α.) μας δίνουν τις πρώτες συστηματικές πληροφορίες τόσο για τις κοινωνικές δομές των περιοχών που επισκέπτονταν όσο και για τα χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών της εποχής. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες γίνονται η αιτία να αναπτυχθούν οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή. Οι κατακτήσεις του Μ. Αλεξάνδρου διαμορφώνουν έναν ενιαίο γεωγραφικό χώρο με κοινούς θεσμούς και συστηματική οργάνωση που δίνουν ασφάλεια στους τουρίστες της εποχής.

Η δημιουργία ενός τέλειου συστήματος δρόμων από τους Ρωμαίους, όπως η Απλία οδός, καθώς και πανδοχείων, έδινε εντυπωσιακή ώθηση στον τουρισμό. Την εποχή της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας ήταν η Ελλάδα, η Αίγυπτος και η Μικρά Ασία οι πρώτες «τουριστικές περιοχές» που προσήλκυαν μεγάλο αριθμό τουριστών για να γνωρίσουν τους ναούς και τα άλλα αξιοθέατα που διαθέτουν. Αυτή την εποχή αρχίζουν τα ταξίδια με πολλά κίνητρα (ψυχαγωγία, πολιτισμός, θρησκεία κ.λ.π.) και ιδιαίτερα του τουρισμού υγείας σε περιοχές με ιαματικές ραδιούχες πηγές. Η ανάπτυξη του τουρισμού μέχρι και την εποχή των Ρωμαίων χαρακτηρίζεται από την ασφάλεια της μεταφοράς.

Η σπουδαιότητα της ασφάλειας και της ειρήνης για την ανάπτυξη του τουρισμού αποδεικνύεται με την υποχώρηση, των ταξιδιών σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα έως και το 1400. Όμως η σημασία που αποκτούν οι Άγιοι Τόποι και η Ιερουσαλήμ σαν χώροι λατρείας για τους Χριστιανούς της Ευρώπης κατά τη Βυζαντινή Αυτοκρατορία, είναι τέτοια, που αφηρώντας τους κινδύνους караβάνια προσκυνητών συρρέουν και η περιοχή της Παλαιστίνης γίνεται ο κυριότερος

τουριστικός τόπος της εποχής. Παράλληλα αρχίζουν τα ταξίδια εξερευνήσεων και ανακαλύψεων που οδηγούν τους τολμηρούς στον τότε Νέο Κόσμο και στην Μακρινή Ασία. Οι σταυροφορίες που γίνονται κυρίως τον 12^ο και 13^ο αιώνα χαρακτηρίζουν την αρχή μιας νέας εποχής για τα θρησκευτικά ταξίδια.

Κατά την εποχή της Αναγέννησης εμφανίζεται μια νέα ώθηση στα εμπορικά και εκπαιδευτικά ταξίδια. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ταξίδια που πήραν την ονομασία «Γκράντ Τουρ» (Μεγάλη Περιήγηση) και έφεραν χιλιάδες νεαρούς Άγγλους στην Ευρώπη για την απόκτηση εμπειρίας και εκπαίδευσης στο επάγγελμα που θα ακολουθήσουν στη συνέχεια. Η μαζικοποίηση αυτού του είδους ταξιδιού οδήγησε στην προσφορά νέων υπηρεσιών, όπως του ξεναγού και του συνοδού του γκρουπ, στα πλαίσια του «οργανωμένου τουριστικού πακέτου». Επίσης πληθαίνει η κυκλοφορία ταξιδιωτικών οδηγών και η πώληση τουριστικών ενθυμίων.

Στις πρώτες δεκαετίες του 19^{ου} αιώνα αναπτύσσεται ο σιδηρόδρομος σε πολλές χώρες της Ευρώπη, με πρώτη την Αγγλία. Την ανάπτυξη του οργανωμένου τουρισμού με την μορφή που γνωρίζουμε σήμερα, σαν ένα πλήρες «πακέτο» υπηρεσιών σηματοδοτεί η δημιουργία του πρώτου τουριστικού πρακτορείου από τον Τόμας Κουκ, στην Αγγλία. Από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα, αρχίζει και η εντυπωσιακή ανάπτυξη αλυσίδων ξενοδοχείων σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, ενώ η εισαγωγή των τουριστικών επιταγών από την Αμερικαν Εξπρές στην παγκόσμια αγορά συμβάλλει στην περαιτέρω διεθνοποίηση των τουριστικών ταξιδιών. Ο τουρισμός αποκτάει για πρώτη φορά τα χαρακτηριστικά μιας βιομηχανίας υπηρεσιών.

Στο χώρο των συγκοινωνιών, η εξέλιξη των ατμοπλοίων κάνει ασφαλέστερα και ταχύτερα τα ταξίδια. Παράλληλα η εφεύρεση του αυτοκινήτου και η δημιουργία ενός εκτεταμένου δικτύου λεωφορειακών γραμμών που συνδέει τις μεγαλύτερες πόλεις διευκολύνει την ανάπτυξη του τουρισμού. Η ανακάλυψη και η εξέλιξη των αεροπλάνων αποτέλεσε τη βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού. Η διάρθρωση των υπηρεσιών τυποποιείται και εκσυγχρονίζεται, ενώ το χρηματοπιστωτικό σύστημα ενισχύει τη διεθνοποίηση στην παροχή υπηρεσιών και διευκολύνσεων στους τουρίστες.

Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός περιοχών αναπτύσσεται με βάση τις παραγωγικές δραστηριότητες του τουρισμού. Μετά το 1950 ο τουρισμός παρουσιάζει αλματώδη ανάπτυξη και τα αναπτυγμένα κράτη προωθούν πια τον τουρισμό ως οικονομική δραστηριότητα με προφανή θετικά αποτελέσματα για τις οικονομίες τους.

Παράλληλα διαμορφώνουν και το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ενισχύσει, οργανώσει αλλά και ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία», που αναδεικνύεται σε έναν από τους δυναμικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης.

Thomas Cook

Ο πρώτος μεγάλος ταξιδιωτικός πράκτορας που αναφέρεται στην ιστορία των ταξιδιών είναι ο Thomas Cook, στην Αγγλία. Ο Thomas Cook υπήρξε ένας καινοτόμος τουριστικός επιχειρηματίας, ο οποίος έδωσε στο τουριστικό πρακτορείο τη μορφή που έχει και σήμερα. Η επαγγελματική ιστορία του Thomas Cook περιγράφει την ιστορία των τουριστικών γραφείων και αρχίζει το 1841, όταν ο Thomas Cook οργάνωσε την πρώτη ομαδική εκδρομή με τρένο. Το 1845 ίδρυσε το πρώτο τουριστικό του γραφείο και το 1856 προσέφερε στην αγορά πακέτα περιηγήσεων. Ο Thomas Cook πρωτοτύπησε σε πολλά σημεία, όπως η οργάνωση κρουαζιέρας, η οργάνωση ταξιδιών που έκαναν το γύρο του κόσμου, η θεσμοθέτηση των ταξιδιωτικών επιταγών, των vouchers κ.λ.π. Επιπλέον σταδιακά επεκτείνεται και οργανώνει δύσκολα και μακρινά ταξίδια σε όλη την Ευρώπη, την Αμερική αλλά και τους Αγίους Τόπους.

Τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία λειτούργησαν στις αρχές της δεκαετίας του '50 (Καραγιαννίδης Τράβελ, Τράβελ Λάϊν, CHAT κ.λ.π.). Το κύριο αντικείμενο δραστηριότητας τους αρχικά ήταν ο μεταναστευτικός τουρισμός προς Αμερική και Ευρώπη. Στη συνέχεια λειτούργησαν και ως αντιπρόσωποι Ευρωπαϊκών και Αμερικανικών εταιρειών.

Στις αρχές της δεκαετίας του '50 υπήρχαν όλοι κι όλοι είκοσι περίπου ταξιδιωτικοί πράκτορες στην Αθήνα που πραγματοποίησαν τη μεγάλη στροφή από τον περιηγητικό τουρισμό των λόρδων και των πλουσίων στο μαζικό τουρισμό. Οι

πράκτορες αυτοί απλά συνεργάζονταν με ξένα πρακτορεία για να «πουλήσουν» το πρόγραμμα περιήγησης στην Αθήνα, δεν εξέδιδαν καν εισιτήρια.

Η επικοινωνία με τη Δύση γινόταν μέσω Πρίντζι, που ήταν και ο φθηνότερος τρόπος και οι ξένοι τουρίστες Άγγλοι, Γάλλοι, Γερμανοί, Σκανδιναβοί και Ελβετοί έρχονταν σε ομάδες 20 – 30 ατόμων. Οι πρώτες ομάδες (groups) τουριστών ήταν φοιτητές του Πανεπιστημίου της Σορβόνης. Η αεροπορική μετακίνηση ήταν ακριβή, γι' αυτό και ειδικοί σιδηροδρομικοί συρμοί νάυλωμένοι από γερμανικά ταξιδιωτικά γραφεία έφερναν (το Πάσχα κυρίως) ομάδες μαθητών και δασκάλων για παραμονή συνήθως οκτώ ημερών.

Την τελευταία εικοσαετία ο τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύχθηκε ραγδαία δημιουργώντας, από την πλευρά της επιχειρηματικής δραστηριότητας, μια τουριστική βιομηχανία που σκοπό έχει την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών. Οι τουρίστες που επισκέπτονται τα τελευταία χρόνια τη χώρα μας ξεπερνούν τα 10.000.000 άτομα ετησίως. Αυτός ο εξαιρετικά μεγάλος αριθμός τουριστών, διακινείται από τα λειτουργούντα σήμερα ταξιδιωτικά γραφεία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ

1.1 Τουριστικά πρακτορεία

Το επάγγελμα του τουριστικού πράκτορα πήρε καθοριστική θέση στο τουριστικό κύκλωμα στη δεκαετία του '50 και σήμερα αποτελεί το ρυθμιστή της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης.

Πράκτορας είναι ο άνθρωπος που αναλαμβάνει τη διεκπεραίωση της υπόθεσης ενός τρίτου, κατ' εντολή του. Ο τουριστικός πράκτορας είναι ο άνθρωπος που μεσολαβεί για την τακτοποίηση τουριστικών υποθέσεων άλλων.

Τα τουριστικά πρακτορεία αποτελούν το σημαντικότερο κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας. Είναι στη βάση τους μεσολαβητικές επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα ή συγκεντρώνουν τουριστικά προϊόντα, τα οποία προσφέρονται συνολικά σε ένα είδος πακέτου. Τα τουριστικά πρακτορεία αποτελούν το συνδετικό κρίκο ανάμεσα στους τουρίστες – καταναλωτές και στις παρακάτω επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων:

- Μεταφορικές επιχειρήσεις
- Καταλύματικές επιχειρήσεις
- Επισιτιστικές επιχειρήσεις
- Άλλες επιχειρήσεις ή φορείς που εξυπηρετούν τους τουρίστες.

Ορισμένα τουριστικά πρακτορεία μεσολαβούν ανάμεσα στον τουρίστα και σε άλλα μεγαλύτερα τουριστικά γραφεία. Επίσης εκτός από τουρίστες εξυπηρετούν και άλλους τύπους ταξιδιωτών, όπως είναι οι μετανάστες και οι στρατιώτες.

Το επίκεντρο ενδιαφέροντος της οργάνωσης και διοίκησης των τουριστικών πρακτορείων εντοπίζεται στις υπηρεσίες και τις χρηματικές συναλλαγές ανάμεσα στους τουρίστες – ταξιδιώτες και στους παραγωγούς τουριστικών υπηρεσιών.

Τα τουριστικά πρακτορεία μπορούμε να τα διακρίνουμε ανάλογα με το μέγεθός τους σε δύο σημαντικές κατηγορίες:

- Τους τουριστικούς οργανισμούς ή Tour Operators (T.O.) οι οποίοι είναι οι χονδρέμποροι του τουρισμού και προσφέρουν προδιαμορφωμένα ολοκληρωμένα τουριστικά ταξίδια.
- Τα τουριστικά γραφεία τα οποία λειτουργούν αυτόνομα ή σε συνεργασία με τους τουριστικούς οργανισμούς.

Χωρίς τα τουριστικά πρακτορεία θα ήταν πρακτικά αδύνατο για τον ταξιδιώτη ή τουρίστα να γνωρίζει και να επιτύχει στις καλύτερες τιμές τις πιο κατάλληλες

πτήσεις, τα πιο οικονομικά πακέτα περιηγήσεων και κρουαζιέρων, να ανακαλύπτει και να γνωρίζει τα διάφορα μέρη διακοπών, τις περισσότερο κατάλληλες καταλυματικές μονάδες (από άποψη τιμής και ανέσεων) ή γενικά να αγοράσει στην καλύτερη τιμή ένα μίγμα ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Σε γενικές γραμμές τα τουριστικά πρακτορεία έχουν ως αντικείμενο δραστηριότητας την ικανοποίηση των αναγκών που μπορεί να προκύψουν κατά τη διακίνηση των τουριστών. Το τουριστικό πρακτορείο ουσιαστικά δεν έχει δικό του προϊόν να πουλήσει παρά μόνο την ποιότητα των υπηρεσιών του.

Παραγωγοί τουριστικών υπηρεσιών

Καταλύματα

- Ξενοδοχεία
- Ξενώνες
- Επιπλωμένα διαμερίσματα
- Κλαμπ διακοπών
- Οργανωμένες κατασκηνώσεις
- Μαρίνες
- Λοιπά τουριστικά καταλύματα

Μεταφορικά μέσα

- Αεροπορικές εταιρείες
- Ακτοπλοϊκές εταιρείες
- Σιδηροδρομικές εταιρείες
- Επιχειρήσεις Τουριστικών λεωφορείων
- Επιχειρήσεις Ενοικίασης αυτοκινήτων
- Λοιπά μεταφορικά μέσα

Εστίαση & Αναψυχή

- Εστιατόρια
- Μπαρ
- Ξυχτερινά κλαμπ
- Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις
- Αθλητικά γεγονότα
- Δραστηριότητες αναψυχής

Αξιοθέατα & Εγκαταστάσεις

- Μουσεία
- Αρχαιολογικοί χώροι
- Φυσικά μνημεία
- Ιστορικά μνημεία
- Πολιτιστικά αξιοθέατα
- Αθλητικές εγκαταστάσεις
- Συνεδριακά κέντρα

Tour Operators

Τουριστικά Πρακτορεία

- Πρακτορεία ταξιδιών – λιανοπωλητές
- Πρακτορεία ταξιδιών – ανταποκριτές
- Διοργανωτές συνεδρίων
- Πρακτορεία κρατήσεων
- Διοργανωτές επαγγελματικών ταξιδιών

Τουρίστες

Το κύκλωμα της πώλησης τουριστικών προϊόντων

1.2 Σύσταση τουριστικού πρακτορείου

Για να λειτουργήσει ένα τουριστικό πρακτορείο απαιτείται έκδοση ειδικής άδειας. Η άδεια αυτή χορηγείται από τον ΕΟΤ μετά από σχετική απόφαση του Γενικού Γραμματέα του.

Μπορούν να ζητήσουν άδεια για σύσταση τουριστικού γραφείου, τόσο ημεδαπά φυσικά ή νομικά πρόσωπα, όσο και αλλοδαπά.

Σ' αυτά τα τελευταία όμως χορηγείται με τον όρο της αμοιβαιότητας, με την προϋπόθεση δηλαδή ότι το ίδιο δικαίωμα αναγνωρίζεται και για τους Έλληνες πολίτες και νομικά πρόσωπα που έχουν την έδρα τους στην Ελλάδα, από τη νομοθεσία της πολιτείας της ιθαγένειας ή της έδρας τους.

Επιπλέον, για να χορηγηθεί άδεια στα νομικά πρόσωπα που έχουν την έδρα τους στο εξωτερικό, απαιτείται να έχουν ειδικό πληρεξούσιο στην Ελλάδα.

Τα γραφεία αυτά έχουν το δικαίωμα να απασχολήσουν μέχρι δύο αλλοδαπούς ως υπαλλήλους τους. Το ίδιο δικαίωμα αναγνωρίζεται και για τα ημεδαπά γραφεία Γενικού Τουρισμού.

Το ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο μπορεί να ζητήσει την χορήγηση περισσότερων από μια αδειών με την προϋπόθεση ότι θα καταθέσει για κάθε μία από τις άδειες τόσο τη βεβαίωση που αφορά την πλήρη και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση, όσο και την εγγύηση.

1.2.1 Διακριτικός τίτλος

Όσον αφορά το ειδικό σήμα λειτουργίας τουριστικού πρακτορείου, εάν ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας επιθυμεί να χρησιμοποιεί διακριτικό τίτλο στην επιχείρησή του, τότε θα πρέπει να ζητήσει με αίτησή του την έγκριση από τον ΕΟΤ για το συγκεκριμένο τίτλο. Απαγορεύεται ρητά η χρησιμοποίηση διακριτικών τίτλων σε καταστατικά εταιρειών, έντυπα και άλλα επικοινωνιακά μέσα και πινακίδες τουριστικών πρακτορείων, εάν προηγουμένως δεν έχει εξασφαλιστεί η γραπτή έγκριση του ΕΟΤ για τη χρήση τους.

Ο διακριτικός τίτλος αποτελεί διακριτικό γνώρισμα κάθε επιχείρησης και κατά συνέπεια έχει την προστασία που θεσπίζεται τόσο με τις διατάξεις του αστικού κώδικα όσο και με τις ειδικότερες διατάξεις της εμπορικής νομοθεσίας. Όσον αφορά την έγκρισή του, αυτή χορηγείται από τον ΕΟΤ, ο οποίος και τηρεί μητρώο καταχώρισης των διακριτικών τίτλων. Η έγκριση του τίτλου από τον Ε.Ο.Τ. και η καταχώρισή του στο ειδικό μητρώο δημιουργεί κυριότητα στον τίτλο για το πρόσωπο που έχει την άδεια λειτουργίας του τουριστικού πρακτορείου.

*ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ
ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ*

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2001

**ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΕΝΤΥΠΟ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΕΙΔΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ
ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ Ν. 393/76 (ΦΕΚ 199/Α/76 ΚΑΙ ΤΟΥ
Ν. 2160/93 (ΦΕΚ 118/Α/93). & Π.Δ. 313/25-9-2001.**

Ο κάτοχος Γραφείου Γενικού Τουρισμού μπορεί να ιδρύσει Υποκαταστήματα στην έδρα της επιχείρησής του ή και σ' ολόκληρη την Επικράτεια. Για την έκδοση της ανωτέρω απόφασης πρέπει να υποβάλει τα εξής δικαιολογητικά :

1. Αίτηση στην οποία θα αναφέρει τον τόπο που θέλει να ιδρύσει το υποκατάστημα και ποιός θα είναι ο υπεύθυνος αυτού.
2. Διπλότυπο εισπράξεως Δημοσίου Ταμείου δρχ. 10.000 EURO 29,35 τέλη χαρτοσήμου (συν 20% υπέρ ΟΓΑ).
3. Παράβολο υπέρ Δημοσίου δρχ. 50.000 EURO 146,74.
4. Παράβολο υπέρ ΤΕΑΠΠΕΡΤΤ δρχ. 10.000 EURO 29,35 που πληρώνεται στην ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ για τον λογαριασμό 040/546025-54 του ΤΕΑΠΠΕΡΤΤ.

ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

- α. Υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/ 86 με την οποία θα δηλώνει ότι δέχεται να ορισθεί υπεύθυνος του υποκ/τος, ότι θα είναι αποκλειστικής απασχόλησης και δεν εργάζεται ως ξεναγός ή οδηγός Δ.Χ.Τ.Λ.
 - β. Φωτοτυπία της Αστυνομικής ταυτότητας.
 - γ. Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι :
 - 1ον δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση, 2ον, δεν βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική συμπαράσταση.
 - δ. Αντίγραφο Ποινικού Μητρώου τύπου Β (όχι απόσπασμα).
 - ε. Επικυρωμένο αντίγραφο απολυτηρίου ΣΤ΄ Τάξεως γυμνασίου ή Γ΄ Λυκείου ή ισότιμης Σχολής της Ελλάδας ή του Εξωτερικού.
 - στ. Επικυρωμένο αντίγραφο τίτλου γνώσεως ξένης γλώσσας. Η γνώση της ξένης γλώσσας μπορεί να αποδειχθεί και από εξέταση του ενδιαφερόμενου από υπάλληλο της Οικείας Περιφέρειας Δ/ση Τουρισμού.
 - Εάν δεν υπάρχει διαχειριστής ή εκπρόσωπος που να έχει τα ουσιαστικά προσόντα (δηλ. Απολυτήριο Λυκείου και ξένη γλώσσα, οι εταιρείες μπορούν να ορίσουν με αίτησή τους άλλο πρόσωπο ως υπεύθυνο του Γραφείου για τον οποίο όμως πρέπει να υποβάλλονται τα δικαιολογητικά 3,4,5,6 και 7 της παρ/φου Ι.
 - Οι ΕΠΕ και Α.Ε. θα πρέπει να υποβάλουν επίσημο πρακτικό διορισμού υπεύθυνου του Γραφείου.
- Επιπροσθέτως να ληφθεί υπόψη το Π.Δ. 288/ 91 το οποίο επισυνάπτουμε.

11. Εγγυητική Επιστολή Τράπεζας, ή του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων δρχ. 4.000.000 EURO 11.738,81 για γραφεία Γενικού Τουρισμού και δρχ. 2.000.000 EURO 5.869,41 για γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού, που θα εκδίδεται σύμφωνα με το συνημμένο (3) υπόδειγμα, θα έχει υποχρεωτικά πενταετή διάρκεια και ένα εξάμηνο υπέρ της Οικείας Περιφέρειας Δ/σης Τουρισμού.

12. Αποδεικτικό φορολογικής ενημερότητας του επιχειρηματία ή βεβαίωση έναρξης επιτηδεύματος της επιχείρησης.

II. ΝΟΜΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ

Προκειμένου για επιχειρήσεις Τουριστικών Γραφείων τις οποίες εκμεταλλεύονται Νομικά πρόσωπα, το ειδικό σήμα λειτουργίας τους εκδίδεται επ' ονόματι του νομικού προσώπου. Στην περίπτωση αυτή η αίτηση για την χορήγηση του ειδικού σήματος, η υπεύθυνη δήλωση της παρ/φου 2 του άρθρου 3 του Ν. 2160/93 καθώς και τα υπ' αριθμ. 3, 4 και 5 δικαιολογητικά της προηγούμενης παρ/φου 1 υποβάλλονται από τον διαχειριστή ή τους διαχειριστές της εταιρείας, όταν πρόκειται για ΟΕ, ΕΕ και ΕΠΕ, ενώ όταν πρόκειται για Ανώνυμες Εταιρείες από τους νόμιμους εκπροσώπους τους, που έχουν οριστεί από το Δ.Σ. αυτών. Πέραν τούτου συνυποβάλλεται και επίσημο αντίγραφο σχετικού πρακτικού συνεδρίασης του Δ.Σ. περί συγκρότησης σε σώμα και εκπροσώπησης της Α.Ε., καθώς και τα αντίστοιχα ΦΕΚ ή ΤΑΠΠΕΤ.

- Τα υπ' αριθμ. 6 και 7 δικαιολογητικά υποβάλλονται από ένα εκ των διαχειριστών ή εκπροσώπου της εταιρείας που θα οριστεί υπεύθυνος του Γραφείου, ενώ τα υπ' αριθμ. 8, 9, 10, 11 και 12 υποβάλλονται για την εταιρεία.
- Πέραν των αναγραφόμενων στην προηγούμενη παρ/φο δικαιολογητικών, για την χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας στις επιχειρήσεις Τουριστικών Γραφείων που εκμεταλλεύονται νομικά πρόσωπα, απαιτείται η υποβολή των εξής πρόσθετων δικαιολογητικών :

α) Το αρχικό καταστατικό της εταιρείας με τις τυχόν τροποποιήσεις του (Η διάρκεια του αρχικού καταστατικού να είναι το λιγότερο πενταετής).

β) Για τις Ανώνυμες Εταιρείες και Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης τα αντίστοιχα Φύλλα Εφημερίδας Κυβερνήσεως, στα οποία έχουν δημοσιευτεί τα καταστατικά τους.

γ) Πιστοποιητικό Εταιρικών Μεταβολών που εκδίδεται για τις ΕΠΕ, ΟΕ και ΕΕ από το Πρωτοδικείο και για τις ΑΕ από την Υπηρεσία Εμπορίου της Οικείας Νομαρχίας.

(ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ ΥΠΟΒΛΗΘΕΙ ΣΕ ΦΩΤΟΑΝΤΙΓΡΑΦΟ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΚΥΡΩΜΕΝΟ ΚΑΙ ΧΑΡΤΟΣΗΜΑΣΜΕΝΟ).

δ) Βεβαίωση Γραμματέα Πρωτοδικών από την οποία να φαίνεται ότι το νομικό πρόσωπο δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση.

..//..

Σημείωση * Πέραν των ανωτέρω δικαιολογητικών για την χορήγηση του Ειδικού Σήματος λειτουργίας απαιτείται προηγούμενος έλεγχος της γραφειακής εγκατάστασης της επιχείρησης που γίνεται από την Υπηρεσία μας.

-- Ο χώρος που στεγάζεται η επιχείρηση πρέπει να είναι ανεξάρτητος με πλήρη εξοπλισμό και ελάχιστο εμβαδόν 20 τ.μ. για γραφεία Γενικού Τουρισμού και 12 τ.μ. για γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού μη υπολογιζομένων αυθαίρετων υπογείων και παταριών.

ΠΡΟΣΟΧΗ! Τα υποβληθέντα πιστοποιητικά μη πτώχευσης, μη δικαστικής συμπαράστασης και το αντιγραφο ποινικού μητρώου τύπου Β' των εκπροσώπων των εταιρειών και των υπευθύνων των γραφείων, καθώς και τα πιστοποιητικά μη πτώχευσης και εταιρικών μεταβολών των εταιρειών έχουν τριμήνη ισχύ από την ημερομηνία εκδόσεως τους, πέραν της οποίας ουδεμία ισχύ έχουν και ως εκ τούτου για την χορήγηση του Ειδικού Σήματος πρέπει να επανυποβληθούν.

ε) Όσες εταιρείες έχουν την έδρα τους στην Ε.Ε. και αιτούνται Ειδικό Σήμα λειτουργίας Γραφείου Γενικού Τουρισμού υποχρεούνται να ορίσουν τον εκπρόσωπό τους με ειδικό πληρεξούσιο υποβάλλοντας τα υπ' αριθμ. 3, 4 και 5 δικαιολογητικά της παρ/φου Ι.

Για τις εταιρείες που έχουν την έδρα τους εκτός της Ε.Ε. και επιθυμούν να λάβουν Ειδικό Σήμα λειτουργίας Γραφείου Γενικού Τουρισμού, ισχύει η αρχή περί αμοιβαιότητας η οποία αποδεικνύεται με βεβαίωση του Υπουργείου Εξωτερικών.

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

- Εάν ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας ή ο διαχειριστής ή ο εκπρόσωπος της εταιρείας δεν έχει απολυτήριο Λυκείου και γνώση ξένης γλώσσας χώρας Ευρωπαϊκής Ένωσης, υποχρεούται να ορίσει με αίτησή του, άλλο πρόσωπο που να έχει αυτές τις προϋποθέσεις ως υπεύθυνο της επιχείρησης, για τον οποίο θα πρέπει να υποβληθούν τα υπ' αριθμ. 3, 4, 5, 6 και 7 δικαιολογητικά που αναφέρονται στην παρ/φο Ι, καθώς και υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/86 ότι δέχεται να αναλάβει υπεύθυνος του Γραφείου, ότι θα είναι πλήρους και αποκλειστικής απασχόλησης και δεν θα εργάζεται σαν ξεναγός ή οδηγός ΔΧΤΛ.

Επιπροσθέτως οι Ε.Π.Ε. πρέπει να υποβάλουν πρακτικά της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων τους για τον διορισμό του υπεθύνου του Γραφείου και οι Α.Ε. πρακτικό του Διοικητικού τους Συμβουλίου.

ΣΗΜΕΙΩΝΟΥΜΕ ότι ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας και ο υπεύθυνος του γραφείου πρέπει να έχουν συμπληρώσει απαραίτητα το 18ο έτος της ηλικίας τους και ότι είναι υποχρεωτική η ασφάλισή τους στο ΤΑΝΠΥ.

ΤΙΤΛΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

- Εάν ο ενδιαφερόμενος για το ειδικό σήμα λειτουργίας επιθυμεί να χρησιμοποιεί διακριτικό τίτλο στην επιχείρησή του, θα πρέπει να ζητήσει με αίτησή του την έγκριση για τον συγκεκριμένο τίτλο.
ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ Η ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΩΝ ΤΙΤΛΩΝ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ, ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ, ΕΑΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΣ ΔΕΝ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΘΕΙ Η ΓΡΑΠΤΗ ΕΓΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΕΝΤΥΠΟ

Απαιτούμενα δικαιολογητικά για τη χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας σε επιχειρήσεις Τουριστικών Γραφείων Γενικού και Εσωτερικού Τουρισμού, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 393/76 όπως τροποποιήθηκε με το Π.Δ. 288/91, τον Ν. 2160/93 (ΦΕΚ 118/Α/ 93) και Π.Δ. 313/25-9-2001.

I. ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΑ

Για την χορήγηση του Ειδικού Σήματος σε επιχειρήσεις Τουριστικών Γραφείων (Γενικού και Εσωτερικού Τουρισμού) που εκμεταλλεύονται φυσικά πρόσωπα, απαιτείται η υποβολή των παρακάτω δικαιολογητικών :

1. Αίτηση του επιχειρηματία για χορήγηση του ειδικού σήματος και έγκριση του διακριτικού τίτλου της επιχείρησης ως και για τον έλεγχο της Γραφειακής εγκατάστασης.
2. Υπεύθυνη δήλωση της παρ/φου 2 του άρθρου 3 του Ν. 2160/93 σύμφωνα με το συνημμένο υπόδειγμα (1).
3. Πιστοποιητικό Γραμματέα Πρωτοδικών από το οποίο να φαίνεται ότι ο επιχειρηματίας :
 - α) Δεν έχει κηρυχθεί σε πτώχευση
 - β) Δεν βρίσκεται σε απαγόρευση ή δικαστική συμπαράσταση.
4. Φωτοτυπία της αστυνομικής του ταυτότητας.
5. Αντίγραφο Ποινικού Μητρώου, τύπου Β' (όχι απόσπασμα).
6. Επικυρωμένο αντίγραφο απολυτηρίου Λυκείου ή άλλης ισότιμης Σχολής της Ελλάδος ή του Εξωτερικού (η ισοτιμία αποδεικνύεται με σχετικά έγγραφα του Υπουργείου Παιδείας).
Αν ο ενδιαφερόμενος δεν είναι κάτοχος απολυτηρίου Λυκείου πρέπει να πληρεί τις προϋποθέσεις του Προεδρικού Δ/τος 288/91 που επισυνάπτεται στο παρόν (Συνημμένο 2).
7. Επικυρωμένο αντίγραφο τίτλου σπουδών ξένης γλώσσας, χώρας Ε.Ε. (για Γραφείο Γενικού Τουρισμού). Για Γραφείο Εσωτερικού Τουρισμού δεν απαιτείται η γνώση ξένης γλώσσας (Σαν τίτλοι σπουδών ξένης γλώσσας αναγνωρίζονται ενδεικτικά για την Αγγλική του Βρετανικού Συμβουλίου, για την Γερμανική του Ινστιτούτου Γκράιτε, για την Γαλλική του Γαλλικού Ινστιτούτου. Εάν δεν υπάρχει τίτλος σπουδών η γνώση της ξένης γλώσσας μπορεί να αποδειχθεί με εξέταση του ενδιαφερόμενου από ειδικό υπάλληλο της Οικείας Περιφέρειας.
8. Διπλότυπο εισπραξης από ΔΟΥ για τέλη χαρτοσήμου δρχ. 10.000 EURO 29,35 συν 20% υπέρ ΟΓΑ.
9. Παράβολο υπέρ του ΔΗΜΟΣΙΟΥ δρχ. 100.000 EURO 293,47.
10. Παράβολο υπέρ ΤΕΑΠΠΕΡΤΤ δρχ. 20.000 EURO 58,69 που κατατίθεται στον λογαριασμό 040/546025-54 του ΤΕΑΠΠΕΡΤΤ στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος.

..//..

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

Δ/ΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΕΝΤΥΠΟ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΓΡΑΦΕΙΑΚΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Για τον χορήγηση Ειδικού Σήματος Λειτουργίας σε Τουριστικό Γραφείο απαιτείται γραφειακή εγκατάσταση εμβαδού 20 τ.μ. για τα Γραφεία Γενικού Τουρισμού και 12 τ.μ. για τα γραφεία Εσωτερικού Τουρισμού.

Ο έλεγχος της γραφειακής εγκατάστασης γίνεται από υπάλληλους της Οικείας Περιφέρειας και εξετάζονται τα εξής :

1. Η ύπαρξη πλήρους και ανεξάρτητης γραφειακής εγκατάστασης του αντίστοιχου εμβαδού ως ανωτέρω.
2. Σε περίπτωση που ο χώρος μισθώνεται από το γραφείο απαιτείται η ύπαρξη μισθωτηρίου συμβολαίου, επικυρωμένου από την αρμόδια ΔΟΥ.
3. Σε περίπτωση που το γραφείο στεγάζεται σε ιδιόκτητο χώρο πρέπει να επιδεικνύονται οι σχετικοί τίτλοι ιδιοκτησίας.
4. Σε περίπτωση που το γραφείο στεγάζεται σε υπόγειο πρέπει να υπάρχει βεβαίωση του οικείου Πολεοδομικού Γραφείου ότι ο συγκεκριμένος χώρος είναι κύριας χρήσης

ΠΡΟΣΟΧΗ : Τα ανωτέρω αναγραφόμενα στοιχεία πρέπει να υπάρχουν στο γραφείο κατά τον έλεγχο, προς διευκόλυνση αυτού.

2. ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ

Προς την

Περιφέρεια Α.Τ.Τ.Κ.Μ. Δ/νση Τουρισμού

Ευαγγελιστρίας 2 10563 Αθήνα

1. Σας πληροφορούμε ότι εγγυόμαστε χωρίς επιφύλαξη για τ.....

..... και για ποσό μέχρι.....

..... δρχ. για να χρησιμεύσει σαν εγγύηση για Ειδικό Σήμα Λειτουργίας γραφείου τουρισμού (κεντρικού και υποκ'των) για κάθε συναλλαγή που προκύπτει από τους Ν. 393/76 "περί ίδρυσης και λειτουργίας Τουριστικών γραφείων" και 2160/93 και την 513875/20/7/94 απόφ. Υπουργού Τουρισμού (ΦΕΚ 588 Β/94).

2. Η παρούσα ισχύει από..... μέχρι.....

(ισχύει για 5 έτη) και ένα εξάμηνο μετά την ημερομηνία ανάκλησης, για οποιοδήποτε λόγο, της άδειας για την οποία εκδόθηκε η εγγυητική αυτή επιστολή.

3. Το ανωτέρω ποσό τηρείται στην διάθεσή σας και σας δηλώνουμε ότι σε περίπτωση που θα ζητηθεί η καταβολή μέρους ή όλου του ποσού αυτού, υποσχόμαστε και υποχρεούμαστε να το καταβάλουμε σε σας ή σε αυτόν που θα μας υποδείξετε το αργότερο σε τρεις μέρες από την σχετική απλή πρόσκλησή σας χωρίς να αιτιολογήσετε την πράξη σας αυτή παραιτούμενοι ρητά και ανεπιφύλακτα από κάθε ευεργέτημα από το δικαίωμα ενστάσεως καθώς επίσης και από το δικαίωμα για το νόμιμο χαρακτήρα ή όχι της αιτήσεώς σας.

4. Η τυχόν επιστροφή εις οιονδήποτε χρόνο θα γίνεται μόνο με έγγραφό σας.

1.3 Ίδρυση τουριστικού πρακτορείου

Για την ίδρυση ενός τουριστικού πρακτορείου δεν απαιτείται η ιδιοκτησία των συντελεστών παραγωγής των προσφερόμενων υπηρεσιών. Τα πρακτορεία έχουν τη δυνατότητα απλά να μεσολαβούν ανάμεσα στον παραγωγό των τουριστικών υπηρεσιών και τον τουρίστα. Ένα από τα αποτελέσματα της διαμεσολάβησης αυτής είναι η διαχείριση των χρημάτων με τα οποία οι τουρίστες προπληρώνουν το προϊόν για το οποίο μεσολαβεί το πρακτορείο. Οι προκαταβολές των πελατών θα έπρεπε να καταλήγουν στα χέρια των παραγωγών των προϊόντων που τελικά θα καταναλώσει ο πελάτης, αλλά στην πράξη παραμένουν για μεγάλο ή μικρό χρονικό διάστημα, ανάλογα με το προϊόν, στα χέρια του πράκτορα. Έτσι ο νομοθέτης, θέλοντας να προστατεύσει τις προκαταβολές ή προπληρωμές των πελατών των τουριστικών πρακτορείων, ορίζει ένα ποσό το οποίο πρέπει να καταβληθεί σαν εγγύηση για την ίδρυση τουριστικού γραφείου. Η εγγύηση αυτή, όμως, θα έπρεπε ν' αναπροσαρμόζεται ανάλογα με τον κύκλο εργασιών κάθε πρακτορείου. Διότι είναι σχετικά συχνό γεγονός στην αγορά η πτώχευση πρακτορείων, τα οποία όμως τη στιγμή της πτώχευσης οφείλουν τεράστια ποσά στους παραγωγούς τουριστικών υπηρεσιών και κυρίως στους ξενοδόχους. Τέτοιες πτωχεύσεις ορισμένες φορές αποδεικνύονται δόλιες, ενώ άλλες φορές όχι, αλλά οι παραγωγοί των τουριστικών προϊόντων σε όλες τις περιπτώσεις χάνουν τα ποσά που τους οφείλονται.

Σύμφωνα με το νόμο τα τουριστικά γραφεία διακρίνονται σε γραφεία εσωτερικού τουρισμού και γραφεία γενικού τουρισμού. Τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού καλύπτουν αποκλειστικά τις ανάγκες ημεδαπών τουριστών μέσα στην Ελλάδα, ενώ τα γραφεία γενικού τουρισμού προσφέρουν όλες τις υπηρεσίες τους τόσο σε ημεδαπούς όσο και σε αλλοδαπούς πελάτες, εντός και εκτός της χώρας.

Πέρα από το ποσό της εγγύησης, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες απαραίτητοι για την έκδοση της σχετικής άδειας λειτουργίας από τον ΕΟΤ και τη χορήγηση του ειδικού σήματος. Οι παράγοντες αυτοί αναφέρονται σε ιδιότητες του φορέα του τουριστικού γραφείου και των εγκαταστάσεών του.

Για την ίδρυση και οργάνωση μιας επιχείρησης ταξιδιωτικού πρακτορείου, ανεξάρτητα από τον τύπο ή τις δραστηριότητές του, εκτός από τις νομικές προϋποθέσεις (άδεια και προδιαγραφές) το επιχειρησιακό πλάνο περιλαμβάνει τα εξής συστατικά στοιχεία:

- Επιλογή θέσης εγκατάστασης της επιχείρησης.
- Προϋπολογισμός επένδυσης: εξοπλισμός, μέσα και χρηματοδότηση της επένδυσης.
- Οργανωτικό πλαίσιο: δραστηριότητες, υπηρεσίες, τμήματα και προσωπικό.
- Λειτουργικός προϋπολογισμός: έσοδα και έξοδα.
- Ενδοεπιχειρησιακά και διαχειριστικά έντυπα.
- Οργάνωση μάρκετινγκ: logo και σλόγκαν, στοχευόμενο τμήμα πελατείας, μέσα και τεχνικές μάρκετινγκ, επικοινωνιακά και πληροφοριακά έντυπα.

Η επιλογή της θέσης ενός ταξιδιωτικού πρακτορείου αποτελεί μία από τις σπουδαιότερες και πιο καθοριστικές αποφάσεις που πρέπει να πάρει ο υποψήφιος επιχειρηματίας. Η επιλογή της θέσης εγκατάστασης μιας επιχείρησης παίζει σημαντικό ρόλο στην επιβίωση και ανάπτυξη της και επηρεάζει το βαθμό προσέλκυσης των διαφόρων κατηγοριών πελατείας και των τμημάτων – στόχων και κατά συνέπεια καθορίζει τον προσανατολισμό της προς την αγορά.

Ανεξάρτητα από τη θέση εγκατάστασης, το πρακτορείο ταξιδίων πρέπει να διαθέτει όλο τον εξοπλισμό και την επίπλωση που θα εξασφαλίζουν μια εύρυθμη, άνετη και ομαλή λειτουργία. Η σωστή διαμόρφωση του χώρου, η άνετη και λιτή επίπλωση, ο σωστός φωτισμός, η επιλογή των χρωμάτων είναι βασικές προϋποθέσεις για να γίνει ευκολότερη και πιο ευχάριστη η εργασία των υπαλλήλων.

Γενικά, η φύση και το μέγεθος των εργασιών που εκτελούνται από το ταξιδιωτικό πρακτορείο καθορίζουν το είδος, τη μορφή και την ποικιλία των εγκαταστάσεων και του αναγκαίου εξοπλισμού.

1.4 Έννοια–Σκοπός–Εργασίες Τουριστικού Πρακτορείου

Οι βασικές απαιτήσεις του τουρίστα καταναλωτή είναι να αγοράσει ένα ταξίδι ή ένα πρόγραμμα διακοπών σε ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό αλλά και στη συνέχεια να εξυπηρετηθεί όταν θα φθάσει σε αυτόν. Γιατί όσο κι αν έχουν μικρύνει οι αποστάσεις δεν παύει ο αφικνούμενος τουρίστας να βρίσκεται σε μια άγνωστη για αυτόν χώρα. Εδώ είναι που υπεισέρχεται ο ρόλος των ταξιδιωτικών πρακτορείων, τόσο στον τομέα της προβολής ενός προορισμού και προώθησης των πωλήσεων όσο και στον τομέα εξυπηρέτησης του μεμονωμένου τουρίστα – περιηγητή αλλά και των πολυάριθμων ομάδων τουριστών που επισκέπτονται ένα προορισμό.

Σύμφωνα, με την ελληνική νομοθεσία, τα τουριστικά πρακτορεία είναι νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις που με τα μέσα, τις γνώσεις που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αναλαμβάνουν τη μεταφορά, διακίνηση, διαμονή, ψυχαγωγία κ.λ.π. μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων μέσα και έξω από τη χώρα, με τις νόμιμες διαδικασίες.

Όλων των ειδών τα τουριστικά γραφεία αποτελούν τουριστικές εκμεταλλεύσεις που αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αναγκών που προκύπτουν κατά την διακίνηση των Ελλήνων ή αλλοδαπών τουριστών εντός ή εκτός της χώρας μας με την «παραγωγή» και διάθεση των κατάλληλων υπηρεσιών, γι' αυτό και κατατάσσονται μεταξύ εκείνων των οικονομικών μονάδων οι οποίες επιτελούν κοινωνικό λειτούργημα.

Ο ταξιδιωτικός πράκτορας είναι ο έμπειρος επαγγελματίας ταξιδιών που θα προσφέρει στον πελάτη – ταξιδιώτη ένα ευρύ φάσμα ειδικών και προσωπικών υπηρεσιών, οι οποίες εκτείνονται από την απλή ταξιδιωτική συμβουλή μέχρι το σχεδιασμό ενός πολύπλοκου ταξιδιού. Ο ταξιδιωτικός πράκτορας είναι η μεγάλη και πιο αντικειμενική πηγή ταξιδιωτικής πληροφόρησης ο οποίος θα σχεδιάσει το ταξίδι στα μέτρα του πελάτη σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά του, τις οικονομικές του δυνατότητες και τους στόχους που έχει θέσει για το συγκεκριμένο ταξίδι. Για τους παραπάνω λόγους ένας πιο κατάλληλος όρος για τον ταξιδιωτικό πράκτορα θα ήταν «Σύμβουλος ταξιδιών».

Οι κυριότερες εργασίες, όπως τις καταγράφει η κείμενη νομοθεσία, των ταξιδιωτικών πρακτορείων είναι:

1. Κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών, περιηγήσεων, συνεδρίων μέσα και έξω από τη χώρα, με ιδιόκτητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα (χερσαία, θαλάσσια, αεροπορικά).

2. Διαμεσολάβηση στην παροχή τουριστικών αγαθών. Επειδή τα άτομα που επιθυμούν να κάνουν τουρισμό συναντούν πρακτικές δυσκολίες στην υλοποίηση των σχεδίων τους, μία από τις κατηγορίες υπηρεσιών που παρέχουν τα τουριστικά πρακτορεία, είναι η διαμεσολάβηση για την ελαχιστοποίηση ή ολική παράκαμψη των δυσκολιών αυτών. Σύμφωνα με το νόμο τα τουριστικά πρακτορεία μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες για την:

- Μεσολάβηση για διασφάλιση και ενοικίαση καταλύματος διαμονής, σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- Μεσολάβηση για την έκδοση διαβατηρίων και εισιτηρίων κάθε μεταφορικού μέσου.
- Διαμεσολάβηση για την οργάνωση πάσης φύσεως συνεδρίων.
- Μέριμνα για την παραλαβή και μεταφορά αποσκευών των πελατών.

3. Παροχή διαφόρων τουριστικών εξυπηρετήσεων.

Αρμοδιότητα των τουριστικών πρακτορείων αποτελεί και η παροχή κάθε άλλης υπηρεσίας που έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό, όπως:

- Προβολή τουριστικών μονάδων.
- Διάθεση εισιτηρίων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων που διενεργούνται από τον Ε.Ο.Τ. ή άλλους φορείς κ.λ.π.
- Πληροφορίες για δρομολόγια αφίξεων και αναχωρήσεων μέσω της συγκοινωνίας και τις τιμές τους.
- Έκδοση εισιτηρίων για τις μετακινήσεις των τουριστών.
- Έκδοση διαφόρων αδειών, ασφαλειών, VISA κ.λ.π.
- Συμπλήρωση εντύπων, εξαργύρωση συναλλάγματος ή ταξιδιωτικών επιταγών.
- Πληροφορίες σχετικές με αθλητικές ή καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.

1.5 Δραστηριότητες τουριστικών πρακτορείων

Με βάση όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που διαθέτει μια επιχείρηση ταξιδιωτικού πρακτορείου περιλαμβάνουν τα εξής:

- Εισερχόμενο τουρισμό (incoming): η αντιπροσώπευση ενός Tour Operator (T.O.) του εξωτερικού.
- Εξερχόμενο τουρισμό (outcoming): διοργάνωση και εκτέλεση προγραμμάτων διακοπών για το εξωτερικό που απευθύνονται σε Έλληνες τουρίστες.
- Αεροπορικά εισιτήρια (air ticketing).
- Ακτοπλοϊκά εισιτήρια (sea ticketing).
- Πακέτα διακοπών (package tours).
- Κρατήσεις δωματίων / διαμερισμάτων (accommodation booking).
- Ταξίδια κινήτρων (incentives).
- Επιτόπιες μεταφορές (transfers).
- Οργανωμένες εκδρομές (tours / excursions).
- Κρατήσεις τουριστικών λεωφορείων (coach bookings).
- Πώληση κρουαζιέρων (cruisers).
- Πώληση σκαφών αναψυχής (yachting).
- Ενοικίαση αυτοκινήτων (car hire).
- Ενοικίαση μηχανών (motor hire).
- Ανταλλαγή συναλλάγματος (exchange).

Για να εκτελέσει τις παραπάνω δραστηριότητες το ταξιδιωτικό γραφείο, σύμφωνα πάντα με την εξειδίκευση που θα έχει επιλέξει, θα συνάψει έναν αριθμό συνεργασιών με τις διάφορες επιχειρήσεις παροχής τουριστικών υπηρεσιών, που αποτελούν τους πελάτες ή προμηθευτές τους:

- Tour Operators.
- Αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρείες.
- Κρουαζιερόπλοια.
- Επιχειρήσεις καταλυμάτων.
- Πρακτορεία ταξιδίων.

- Εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και μηχανών.
- Εταιρείες τουριστικών λεωφορείων.

Ο τρόπος αμοιβής για τις παρεχόμενες υπηρεσίες συνίσταται σε μια συμφωνημένη προμήθεια επί της τιμής πώλησης της υπηρεσίας.

1.6 Διακρίσεις τουριστικών πρακτορείων

Με κριτήριο τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα τουριστικά πρακτορεία και σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία διακρίνονται ως εξής:

1 Πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού. Τα πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού έχουν περιορισμένο κύκλο εργασιών και οι δραστηριότητες τους είναι περιορισμένες αποκλειστικά στο εσωτερικό της χώρας. Δεν έχουν δηλαδή τη δυνατότητα να ασχολούνται με τον εξωτερικό τουρισμό, την περιήγηση Ελλήνων ή αλλοδαπών στο εξωτερικό ή αλλοδαπών στη χώρα μας. Κυρίως οργανώνουν εκδρομές κι εκδίδουν εισιτήρια, είναι εγκατεστημένα στην περιφέρεια, απασχολούν ελάχιστα άτομα και η οργάνωσή τους δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες δυσκολίες.

Ειδικότερα οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα τουριστικά πρακτορεία εσωτερικού τουρισμού είναι οι εξής:

- Κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων. Οι εκδρομές μπορούν να είναι μονοήμερες ή πολυήμερες και συνήθως προγραμματίζονται σύμφωνα με επιλογές του πρακτορείου. Στις εκδρομές αυτές μπορεί να συμμετέχουν ατομικά και ξένοι που ζουν στην πόλη όπου εδρεύει το πρακτορείο, σε καμία περίπτωση όμως δεν μπορούν να συμμετάσχουν οργανωμένες ομάδες αλλοδαπών. Οι εκδρομές αυτές απαιτούν την παρακάτω σειρά ενεργειών:
- Επιλογή τοποθεσιών – Διαμόρφωση προγράμματος – Εύρεση πελατείας – Οργάνωση λίστας κρατήσεων για κάθε εγγραφή – Εξασφάλιση μεταφορικών μέσων (transfer) – Εξασφάλιση ξεναγού και υπηρεσιών εστίασης – Εξασφάλιση καταλύματος στην περίπτωση πολυήμερων εκδρομών.
- Διαμεσολάβηση για διασφάλιση καταλύματος, σίτισης, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μέσων διακίνησης.
- Διαμεσολάβηση για οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο. Το τουριστικό πρακτορείο συνάπτει την ανάλογη σύμβαση με τις επιχειρήσεις μεταφορών και εκδίδει εισιτήρια. Σε τακτά χρονικά διαστήματα ο πράκτορας αποδίδει το σύνολο των εισπραχθέντων χρημάτων, από την πώληση των εισιτηρίων, στη μεταφορική επιχείρηση, παρακρατώντας την προμήθειά του.

2 Πρακτορεία γενικού τουρισμού. Τα πρακτορεία γενικού τουρισμού βρίσκονται σε τουριστικές περιοχές που υποδέχονται μεγάλο αριθμό ξένων και Ελλήνων τουριστών με αποτέλεσμα να έχουν διευρυμένο πεδίο δραστηριότητας. Τα πρακτορεία γενικού τουρισμού αποτελούν σημαντικούς παράγοντες των τουριστικών συναλλαγματικών εισπράξεων και δαπανών.

Τα πρακτορεία γενικού τουρισμού ανάλογα με την αγορά στην οποία κινούνται και απευθύνονται και τις συνθήκες που επικρατούν σε αυτή μπορούν ν' αναπτύξουν δραστηριότητα προς δύο κατευθύνσεις: εισερχόμενο ή εξερχόμενο τουρισμό.

Επομένως μια άλλη διάκριση είναι ανάλογα με το αντικείμενο των εργασιών στο οποίο εξειδικεύονται. Συγκεκριμένα:

- Πρακτορεία incoming, που ασχολούνται με τον εισερχόμενο τουρισμό. Με τον όρο εισερχόμενος τουρισμός (incoming) εννοούμε τις μετακινήσεις που πραγματοποιούνται από το εξωτερικό προς έναν προορισμό που παρουσιάζει τουριστικό ενδιαφέρον.
- Πρακτορεία outgoing, που ασχολούνται με τον εξερχόμενο τουρισμό. Με τον όρο εξερχόμενος τουρισμός (outgoing) εννοούμε την διακίνηση τουριστών από τον τόπο διαμονής τους προς το εξωτερικό.
- Πρακτορεία incoming και outgoing, δηλαδή πρακτορεία που ασχολούνται παράλληλα με τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό.

Μια άλλη διάκριση είναι ανάλογα με το μέγεθος και την εξειδίκευσή τους:

- Tour Operators (διοργανωτές ταξιδιών).
- Πρακτορεία ταξιδιών – λιανοπωλητές (retailers).
- Πρακτορεία ταξιδιών – ανταποκριτές.

1. Tour Operators (διοργανωτές ταξιδιών, τουριστικοί οργανισμοί).

Οι τουριστικοί οργανισμοί είναι πρακτορεία με ιδιαίτερα ανεπτυγμένο outgoing. Οι T.O. μελετούν τα στοιχεία των ερευνών της τουριστικής αγοράς και οργανώνουν ταξίδια για την ικανοποίηση των αναγκών του κοινού. Ασχολούνται αποκλειστικά και μόνο με την κατάρτιση προγραμμάτων διακοπών, δηλαδή προτείνουν το ήδη οργανωμένο ταξίδι σε μορφή τουριστικού πακέτου. Την προβολή, την πώλησή τους και τη διακίνηση μεγάλων ομάδων ατόμων σε τακτές ημερομηνίες,

με ιδιότητα ή μισθωμένα μεταφορικά μέσα. Η μαζικοποίηση του τουρισμού και οι οργανωτικές μεταβολές που επήλθαν καθιέρωσαν τα «πακέτα διακοπών», δηλαδή τον σχεδιασμό και προγραμματισμό των ταξιδιών.

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των τουριστικών πακέτων είναι ότι ο τουρίστας – καταναλωτής εξοικονομεί χρήματα και χρόνο αλλά και προφυλάσσεται, σε μέγιστο βαθμό, από δυσάρεστες εκπλήξεις που θα μπορούσαν να καταστρέψουν το ταξίδι τους.

Σήμερα ο μεγαλύτερος όγκος των τουριστών διακινείται από τους Τ.Ο. Για παράδειγμα το έτος 2000 η πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών της Κρήτης διακινήθηκε από τους Τ.Ο. (92 – 93%). Οι Τ.Ο. είναι εκείνες οι επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της τουριστικής βιομηχανίας. Πελάτης για τους τουριστικούς οργανισμούς δεν είναι μόνο ο τουρίστας, αλλά και ο συνεργαζόμενος πράκτορας.

2. Πρακτορεία ταξιδιών – λιανοπωλητές (Retailers). Οι retailers είναι τουριστικά γραφεία, τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα να οργανώσουν outgoing και αναλαμβάνουν τη διάθεση των έτοιμων προγραμμάτων των Τ.Ο. στη δική τους αγορά, παρακρατώντας για αμοιβή τους ένα προσυμφωνημένο ποσοστό προμήθειας. Επιπλέον έχουν τη δυνατότητα να διακινούν μεμονωμένα άτομα που δεν επιθυμούν την αγορά πακέτου διακοπών. Πρόκειται δηλαδή για τις επιχειρήσεις που εκτελούν πολλές μεσολαβητικές λειτουργίες μεταξύ προμηθευτών και τουριστών – καταναλωτών.

3. Πρακτορεία ταξιδιών – ανταποκριτές. Είναι τα πρακτορεία εισερχόμενου τουρισμού που παίζουν το ρόλο του ανταποκριτή του Τ.Ο. σε έναν τουριστικό προορισμό. Δημιουργήθηκαν εξαιτίας της ανάγκης που προέκυψε για την αντιπροσώπηση των Τ.Ο. στον τόπο – προορισμού πραγματοποίησης των διακοπών του πακέτου. Η τεχνογνωσία που διαθέτουν και η γνώση της τουριστικής αγοράς του προορισμού είναι οι βασικοί λόγοι συνεργασίας για την αντιπροσώπηση του Τ.Ο.

1.7 Η τουριστική προσφορά και η τουριστική ζήτηση.

Η έννοια της προσφοράς ενός τουριστικού προορισμού αποτελεί το επιχειρηματικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσει τις δραστηριότητές του ένα πρακτορείο ταξιδιών. Ως επιχειρήσεις τα πρακτορεία ταξιδιών αποσκοπούν στην παραγωγή και παροχή υπηρεσιών χρήσιμων για την κάλυψη των αναγκών διακίνησης των μετακινούμενων ατόμων, τόσο χάριν αναψυχής και τουρισμού όσο και για επαγγελματικούς λόγους. Για την παροχή αυτών των υπηρεσιών χρειάζεται ο κατάλληλος συνδυασμός των συντελεστών παραγωγής, οι οποίοι δραστηριοποιούνται για την ικανοποίηση των αναγκών και απαιτήσεων των τουριστών – καταναλωτών. Το ζητούμενο είναι η πλήρης κατανόηση των σύγχρονων δραστηριοτήτων που εμπλέκονται στις διακοπές και τα ταξίδια σε συνδυασμό με τις σύγχρονες δομές υποδοχής και παροχής τουριστικών υπηρεσιών. Από την οπτική γωνία ενός τουριστικού πρακτορείου το τουριστικό προϊόν είναι το σύνολο της προσφοράς μιας γεωγραφικής ζώνης μέσα στην οποία δραστηριοποιείται το τουριστικό πρακτορείο.

Η αναγκαιότητα διαμόρφωσης υποδομών τουριστικής προσφοράς αλλά και τουριστικών προϊόντων οδήγησε στη δημιουργία της τουριστικής βιομηχανίας. Η «τουριστική βιομηχανία» περιλαμβάνει τα αποτελέσματα ή εκροές μιας ποικιλίας επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών, ανάλογα με την οικονομική διάρθρωση της χώρας ή του τόπου υποδοχής τουριστών.

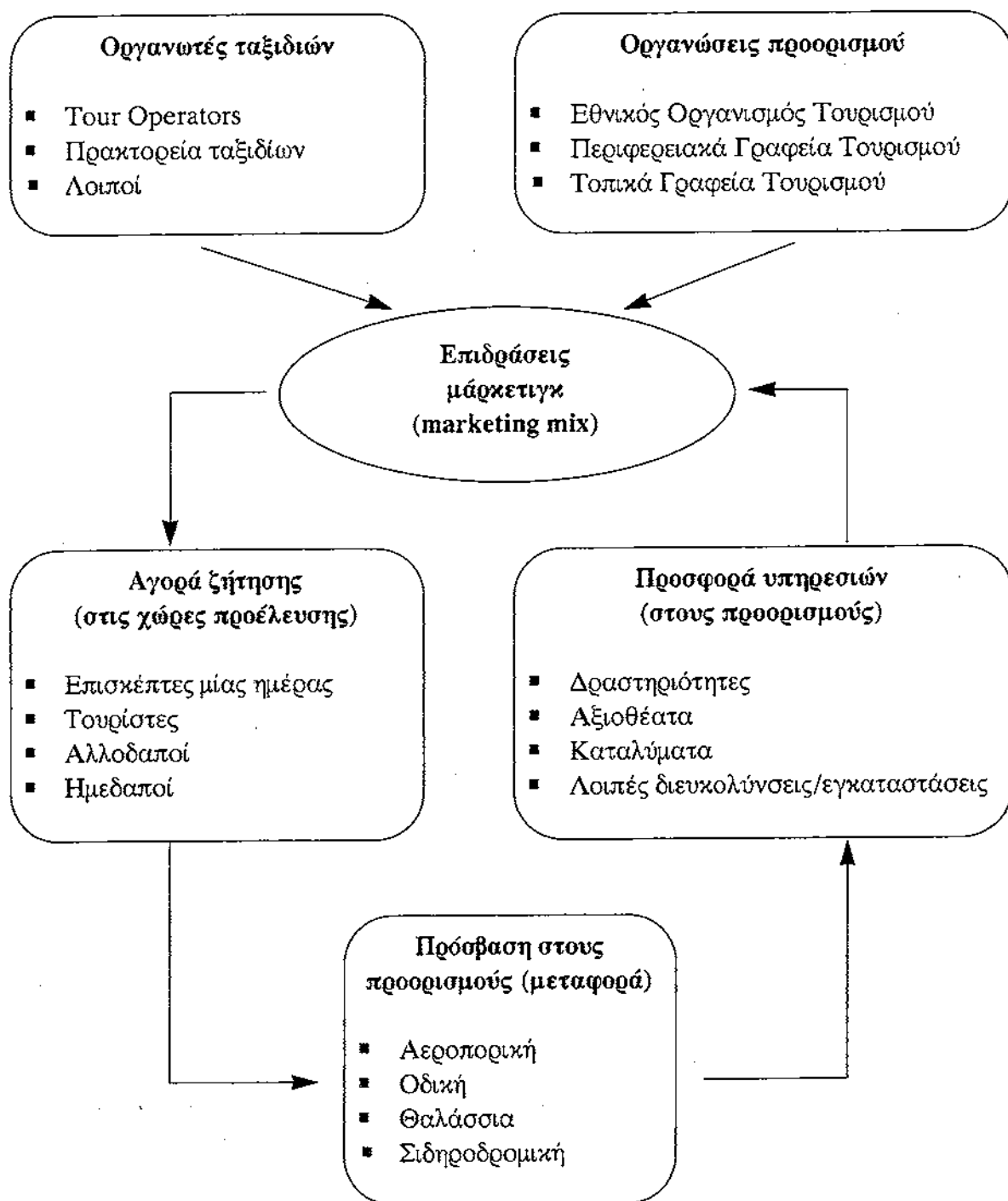
Η τουριστική προσφορά διακρίνεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- α) Την πρωτογενή τουριστική προσφορά που περιλαμβάνει τους «τουριστικούς πόρους», που αποτελούν τη βάση της τουριστικής δραστηριότητας (φυσικά τοπία, χλωρίδα και πανίδα, μνημεία, πολιτισμός κ.λ.π.).
- β) Τη δευτερογενή τουριστική προσφορά που περιλαμβάνει τις διάφορες υποδομές και ανωδομές που δημιουργήθηκαν μερικά ή ολικά από τον άνθρωπο για να διευκολυνθεί η εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων. Δηλαδή περιλαμβάνει τους εξοπλισμούς και τις εγκαταστάσεις γενικής και ειδικής τουριστικής υποδομής, καθώς επίσης και τον επιχειρηματικό τομέα που δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών προς τους επισκέπτες (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, μαρίνες, ξενοδοχεία, πρακτορεία ταξιδιών κ.λ.π.).

Η τουριστική προσφορά και ζήτηση δεν είναι αυτόνομες λειτουργίες, αλλά αντίθετα αποτελούν ένα ενιαίο σύνολο, το οποίο έχει εύστοχα χαρακτηριστεί «τουριστικό σύστημα». Υπάρχουν διάφοροι παράμετροι που επηρεάζουν το σύγχρονο τουρίστα – καταναλωτή στην τελική απόφαση πραγματοποίησης του ταξιδιού. Ένα πλήθος κοινωνικών, δημογραφικών, ψυχολογικών, θεσμικών και οικονομικών παραγόντων διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά των τουριστών. Ο τουρίστας – καταναλωτής στην τελική του απόφαση για ένα ταξίδι επηρεάζεται, εκτός από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του, από τους τύπους των τουριστικών ταξιδιών, τη διαφήμιση, τα χαρακτηριστικά και τη συμπεριφορά των τόπων υποδοχής και τις εμπειρίες που αναζητούν στο ταξίδι. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι λόγοι που κυριαρχούν για την πραγματοποίηση τουριστικών ταξιδιών είναι η ψυχαγωγία, η ξεκούραση αλλά και η γνωριμία με νέους πολιτισμούς. Τα άτομα καταλήγοντας στην απόφασή τους να αγοράσουν ένα ταξίδι διακοπών ή πακέτο διακοπών θα επηρεαστούν από τους παράγοντες που αναλύθηκαν παραπάνω, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται και η τουριστική ζήτηση για ένα δεδομένο προορισμό. Οι παράγοντες που επιδρούν και διαμορφώνουν την τουριστική εικόνα του προορισμού ή χώρα υποδοχής είναι: το κόστος και η αξία των προσφερόμενων δυνατοτήτων διακοπών και τέλος το μέγεθος της πληροφόρησης που υπάρχει για το συγκεκριμένο προορισμό. Η πληροφόρηση είναι η κύρια βάση σύμφωνα με την οποία ακόμα και ο πιο δύνητικός καταναλωτής θα αξιολογήσει τις διάφορες εναλλακτικές επιλογές για την λήψη της τελικής απόφασης την πιο σωστή γι' αυτόν, σχετικά με το πρόγραμμα διακοπών που θα αγοράσει.

Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι η τουριστική προσφορά (το τουριστικό προϊόν) είναι αλληλένδετη με την τουριστική ζήτηση η οποία διαμορφώνεται σύμφωνα με τις ανάγκες, τα κίνητρα και τις απαιτήσεις του τουρίστα – καταναλωτή.

Η διασύνδεση μεταξύ της ζήτησης και της προσφοράς
και η επίδραση του μάρκετινγκ



(Πηγή: Προσαρμοσμένο από Middleton, V.T.G., *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth - Heinemann, Oxford 1994, σ. 11)

1.8 Μάνατζμεντ τουριστικού πρακτορείου.

Η οργάνωση και διοίκηση μιας επιχείρησης πρέπει να γίνει αντιληπτή ως ένα σύστημα. Ένα απλό σύστημα περιλαμβάνει διαδικασίες οι οποίες μετασχηματίζουν ή συνδυάζουν με κάποιο τρόπο τις εισροές, στοχεύοντας στην παραγωγή εκροών. Η κύρια εισροή στο σύστημα επιχείρηση του τουριστικού πρακτορείου είναι οι πληροφορίες που αφορούν τους προμηθευτές τουριστικών αγαθών και τον πελάτη τουρίστα και εκροή αποτελεί το πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει.

Η εφαρμογή των βασικών αρχών του μάνατζμεντ επιβάλλεται λόγω των ιδιαίτερα ανταγωνιστικών συνθηκών που επικρατούν και της απαίτησης για ποιοτικές υπηρεσίες και εξυπηρέτηση. Ο ρόλος του μάνατζερ και του ανθρωπίνου δυναμικού είναι ιδιαίτερα καθοριστικός στην επιχειρηματική επιτυχία ενός τουριστικού πρακτορείου και απαραίτητος δεδομένου ότι η κύρια δραστηριότητά του είναι η παροχή υπηρεσιών.

Οι βασικές λειτουργίες του μάνατζμεντ είναι:

- Σχεδιασμός – Προγραμματισμός: Αναφέρεται στους στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση και στις δραστηριότητες που είναι αναγκαίες για την επίτευξή τους.
- Οργάνωση: Η επιχείρηση οργανώνεται σε μια σειρά τμημάτων για την εκτέλεση των επιχειρηματικών εργασιών και λειτουργεί ως βάση για το έργο επίτευξης των στόχων και των επιθυμητών αποτελεσμάτων.
- Διεύθυνση: Αναφέρεται στην καθοδήγηση και υποκίνηση των εμπλεκόμενων ανθρώπινων πόρων για τη συνεχή προσήλωση στους καθορισμένους στόχους.
- Συντονισμός: Αναφέρεται στην ενιαία λειτουργία η οποία εξασφαλίζει και διατηρεί την επιχειρησιακή αρμονία και τη διαμόρφωση καλών εργασιακών συνθηκών και σχέσεων.
- Εποπτεία και Έλεγχος: Περιλαμβάνει τη λειτουργία του ελέγχου, την αναφορά και την ανάλυση αποτελεσμάτων.

Η σχέση εισροών – εκροών

ΕΙΣΡΟΕΣ		ΕΚΡΟΕΣ
<p>1) Γνώσεις δεδομένα και πληροφορίες για :</p> <p>-Ταξιδιώτη –Πελάτη (επιθυμίες, προσδοκίες, ενδιαφέροντα, οικονομική κατάσταση, χρονικοί περιορισμοί, απαιτήσεις)</p> <p>-Προμηθευτές – συνεργάτες (τόπος, κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν, οι τιμές τους και οι δυνατότητές τους)</p> <p>-Τόπους προορισμού (Ανωδομή και Υποδομή)</p> <p>2)Βασικοί συντελεστές παραγωγής (ανθρώπινο δυναμικό, κτίρια, μηχανήματα, μεταφορικά μέσα, χρηματικό κεφάλαιο κ.λ.π.).</p>	<p>Διαδικασίες</p> <p>μετατροπής</p> <p>και</p> <p>επεξεργασίας</p>	<p>1)Συμβουλές και πληροφορίες για τους πελάτες όσον αφορά:</p> <ul style="list-style-type: none"> - τόπο προορισμού και αξιοθέατα - μεταφορικά μέσα - κατάλυμα (κατηγορία, τιμή) - επισιτιστικές μονάδες - περιηγήσεις - ψυχαγωγία και διασκέδαση - εκθέσεις, συνέδρια - συνολικό κόστος τουριστικού πακέτου <p>2)Υπηρεσίες όπως:</p> <ul style="list-style-type: none"> - πώληση εισιτηρίων - έκδοση VISA - κρατήσεις δωματίων - μεταφορά κ.λ.π.

Γενικά, ο βασικός στόχος του μανάτζμεντ είναι η καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των ανθρωπίνων και τεχνικών πόρων που διαθέτει η επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων της. Το management plan, που ακολουθείται από ένα συγκεκριμένο τουριστικό πρακτορείο, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επεξεργασία ενός σωστού προϋπολογισμού. Ο προϋπολογισμός αποτελεί το κύριο μέσο έκφρασης της πολιτικής της επιχείρησης, των στόχων που έχει θέσει και των προθέσεών της. Επίσης είναι και ένα μέσο άσκησης ελέγχου. Επιπλέον το σύστημα ελέγχου θα πρέπει να είναι ένα σύστημα ευέλικτο και δυναμικό που θα λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες των διαφόρων υπηρεσιών που παρέχονται από το πρακτορείο.

1.9 Οργανόγραμμα τουριστικού πρακτορείου.

Το τουριστικό πρακτορείο για να ανταποκριθεί στις επιχειρηματικές απαιτήσεις διαρθρώνει την οργάνωσή του σε τμήματα. Τα διάφορα τμήματα, οι λειτουργίες και εργασίες τους αναφέρονται αναλυτικά παρακάτω:

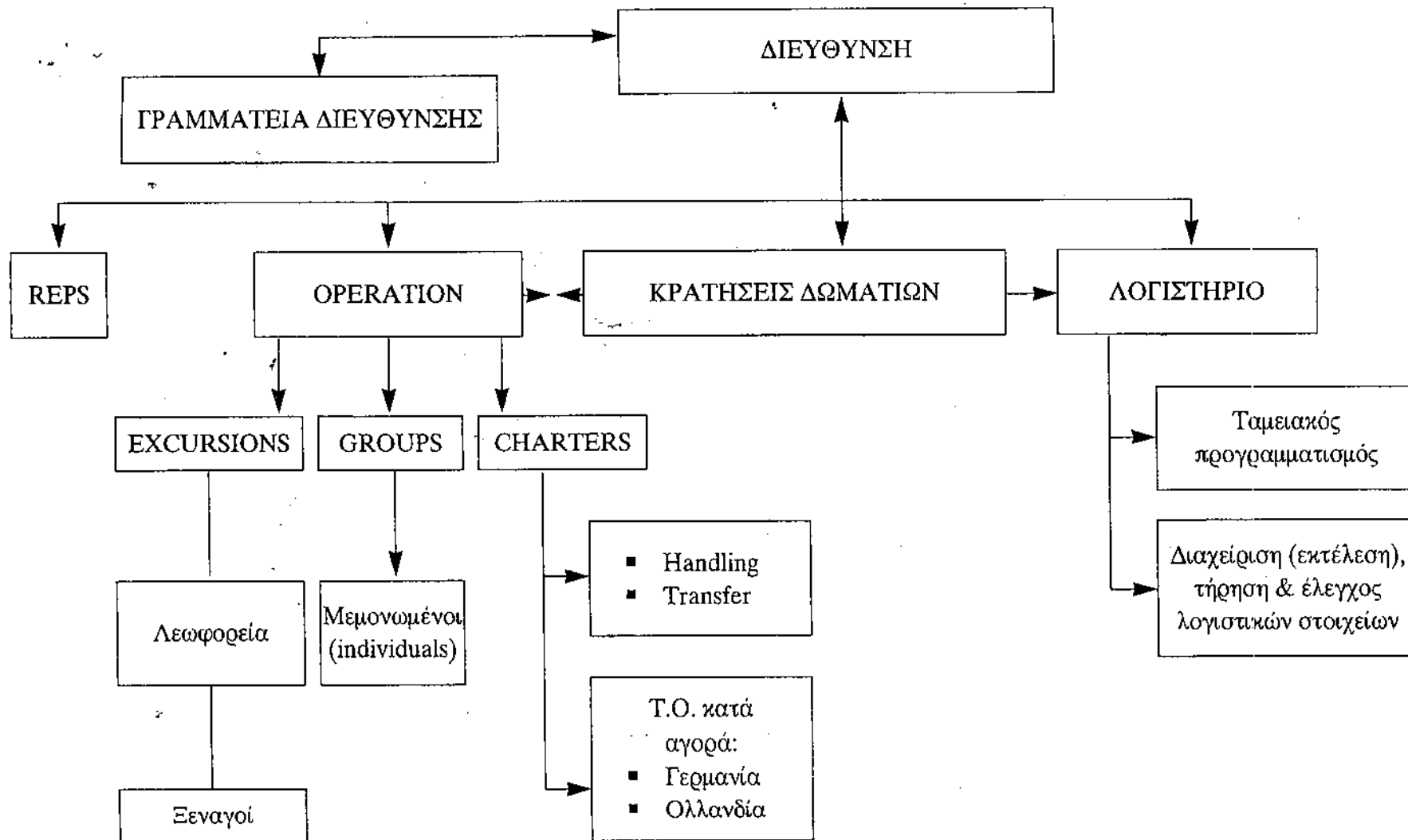
α) Διεύθυνση. Αποτελεί τη βάση για τη σωστή και εύρυθμη λειτουργία ενός τουριστικού πρακτορείου. Αποτελεί το κέντρο λήψης κάθε σημαντικής απόφασης της επιχείρησης και εκτελεί όλες τις βασικές λειτουργίες του μάνατζμεντ:

- Καθορισμός των στόχων και της πολιτικής που θα ακολουθήσει η επιχείρηση (τιμολογιακή και διαχειριστική πολιτική).
- Οργάνωση του πρακτορείου με την επιλογή του κατάλληλου προσωπικού, την εκπαίδευσή του και το σωστό καταμερισμό των εργασιών.
- Συντονισμός και έλεγχος της λειτουργίας και των ενεργειών των άλλων τμημάτων και παροχή κατευθύνσεων.
- Εποπτεία και έλεγχος της καθημερινής λειτουργίας του πρακτορείου και της διεκπεραίωσης των εργασιών.
- Καθορισμός πολιτικής σε σχέση με τους συνεργάτες και τους προμηθευτές. Συγκεκριμένα, η διεύθυνση ασχολείται με την προετοιμασία της τουριστικής περιόδου, δηλαδή την υπογραφή των συμβολαίων εκ μέρους των Τ.Ο. με τα καταλύματα (allotment) και με τη σύνταξη εμπιστευτικού τιμολογίου (confidential tariff). Σε αυτό καθορίζεται η τιμολογιακή πολιτική του πρακτορείου προς τους συνεργάτες του, εκτός των Τ.Ο.

Επιπλέον η διεύθυνση ασχολείται με την προβολή του τουριστικού πρακτορείου, τις δημόσιες σχέσεις, τη διαφήμιση και τη συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια. Η διεύθυνση οφείλει να καθορίζει τις εργασίες, τις αρμοδιότητες και τις υποχρεώσεις των υπευθύνων των τμημάτων ώστε να μην εμπλέκονται οι εργασίες του ενός με του άλλου με αποτέλεσμα να δημιουργούνται προστριβές, αλλά να υφίσταται κλίμα σωστής και αρμονικής συνεργασίας μεταξύ του προσωπικού.

Ο ρόλος της διεύθυνσης είναι καθοριστικός για την επιτυχή λειτουργία του γραφείου ως προς την εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών αλλά και οικονομικά αποδοτική.

Οργανόγραμμα ταξιδιωτικού πρακτορείου incoming μεσαίας δυναμικότητας



(Πηγή: Επιχείρηση ταξιδιωτικού πρακτορείου)

β) Τμήμα κρατήσεων. Είναι το τμήμα στο οποίο συγκεντρώνονται όλα τα πληροφοριακά στοιχεία σχετικά με κρατήσεις δωματίων σε καταλύματα, μεταφορές και οτιδήποτε άλλο θα μπορούσε να ζητήσει ο πελάτης. Στη συνέχεια όλες αυτές οι πληροφορίες διοχετεύονται προς τα υπόλοιπα τμήματα του πρακτορείου.

Συγκεκριμένα το τμήμα κρατήσεων είναι επιφορτισμένο με τις εξής εργασίες:

- τη λήψη και συγκέντρωση των στοιχείων κρατήσεων.
- την επεξεργασία και έλεγχό τους.
- την κράτηση δωματίου / διαμερίσματος.

γ) Τμήμα κίνησης (Operation). Ο ρόλος του συγκεκριμένου τμήματος είναι ιδιαίτερα σημαντικός για τη σωστή λειτουργία του πρακτορείου γιατί διαθέτει ένα ευρύ φάσμα εργασιών και δραστηριοτήτων. Ασχολείται με οτιδήποτε σχετίζεται με εκδρομές, μεταφορές, ξεναγούς, λεωφορεία, ταξί και αεροδρόμιο. Οι εργασίες του τμήματος διακρίνονται χρονικά σε αυτές που εκτελούνται πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου και σε εκείνες που διεκπεραιώνονται κατά τη διάρκεια της περιόδου.

Κατά την προετοιμασία της τουριστικής περιόδου, το τμήμα κίνησης ασχολείται με τα εξής:

- Προγραμματίζει και διοργανώνει τις οργανωμένες εκδρομές και περιηγήσεις.
- Εξασφαλίζει τη συνεργασία προμηθευτών υπηρεσιών (λεωφορεία, ξεναγοί, εστιατόρια κ.λ.π.) για την εκτέλεση των εκδρομών.
- Εξασφαλίζει τη συνεργασία με οδηγούς ταξί για την εκτέλεση των transfers.
- Συνάπτει συμφωνίες συνεργασίας με ξεναγούς.
- Κλείνει συμφωνίες ναύλωσης τουριστικών λεωφορείων, εφόσον δεν διαθέτουν ιδιότητα ή δεν επαρκούν για την κάλυψη του συνόλου του προβλεπόμενου μεταφορικού έργου.
- Εξασφαλίζει συνεργασία με πρατήρια καυσίμων και συνεργεία, όπου γίνονται οι συντηρήσεις και οι επισκευές των ιδιόκτητων λεωφορείων.
- Εκπονεί επακριβή κοστολόγηση, σε συνεργασία με το λογιστήριο, και τιμολόγηση, σε συνεργασία με τη διεύθυνση, των οργανωμένων εκδρομών και transfers.

Κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου, το τμήμα κίνησης διεκπεραιώνει τις παρακάτω εργασίες:

- Καθορίζει τα προγράμματα υπηρεσίας κάθε οδηγού λεωφορείου για την επόμενη ημέρα, είτε πρόκειται για μισθωμένα είτε για ιδιόκτητα λεωφορεία.
- Ετοιμάζει τα προγράμματα υπηρεσίας για τα transfers που θα εκτελεστούν από ταξί.
- Έχει συνεχή επικοινωνία και αλληλοενημερώνεται με το λογιστήριο σχετικά με τον έλεγχο των παραστατικών, τις χρεώσεις και τις πληρωμές.
- Αναλαμβάνει την υποδομή και την παραλαβή των πελατών κατά την άφιξη, αλλά και τη μεταφορά στο αεροδρόμιο για την αναχώρησή τους.
- Οργανώνει τα transfers αφίξεων και αναχωρήσεων (με λεωφορεία και ταξί).
- Οργανώνει την κίνηση των λεωφορείων για transfers και εκδρομές.
- Προωθεί την πώληση προγραμμάτων εκδρομών.
- Παρακολουθεί κάθε εργασία που σχετίζεται άμεσα με τα μέσα διακίνησης των πελατών.
- Ενημερώνει τους ξεναγούς για τις ώρες και τις ημέρες πραγματοποίησης των εκδρομών.

δ) Τμήμα υποδοχής: Το τμήμα αυτό δεν υπάρχει σε όλα τα τουριστικά πρακτορεία, υπάρχει μόνο εφόσον κριθεί απαραίτητο. Στο τμήμα αυτό υπάγεται το τηλεφωνικό κέντρο και η παροχή πληροφοριών στους συνεργάτες και τους πελάτες. Η κύρια δραστηριότητα του τμήματος είναι η υποδοχή των πελατών και των συνεργατών στο χώρο του πρακτορείου και η δημιουργία της κατάλληλης ατμόσφαιρας.

Στις καθημερινές εργασίες περιλαμβάνονται:

- φροντίδα για άμεση αντιμετώπιση των τυχόν προβλημάτων
- διεκπεραίωση των διαδικασιών άφιξης και αναχώρησης των πελατών, σε συνεργασία με το τμήμα κρατήσεων.

ε) Τμήμα αντιπροσώπων του T.O. (Representatives ή Reps). Ουσιαστικά δεν είναι ξεχωριστό τμήμα του τουριστικού πρακτορείου, γιατί δεν είναι υπάλληλοι του πρακτορείου αλλά του T.O., παρόλα αυτά απασχολούνται στον ίδιο εργασιακό χώρο και πρέπει να συνεργάζονται αρμονικά με τα υπόλοιπα τμήματα.

Έχει κριθεί αναγκαίο από τους T.O. να τοποθετούν δικούς τους υπαλλήλους στα τουριστικά πρακτορεία με αποκλειστικό καθήκον την υποδοχή, την ενημέρωση και την επίλυση των όποιων προβλημάτων προκύψουν σε σχέση με τους πελάτες

τους. Το πρακτορείο διαθέτει έναν ιδιαίτερο χώρο μέσα στις γραφειακές εγκαταστάσεις του όπου εργάζονται οι αντιπρόσωποι (οι reps). Ο αριθμός των reps ποικίλει και εξαρτάται αποκλειστικά από τον αριθμό των διακινούμενων τουριστών και από την ποιότητα των υπηρεσιών που θέλει να προσφέρει ο κάθε Τ.Ο. Οι reps απασχολούνται μόνο μία ημέρα την εβδομάδα μέσα στο πρακτορείο. Οι εργασίες και τα καθήκοντά τους περιλαμβάνουν:

- Πραγματοποίηση meeting πληροφόρησης και πωλήσεων με τους πελάτες τους στα ξενοδοχεία διαμονής τους.
- Ενημέρωση και πλήρη συνεργασία με όλα σχεδόν τα τμήματα.
- Πώληση εκδρομών και άλλων υπηρεσιών στους πελάτες κατά την άφιξή τους.
- Σύνταξη της εβδομαδιαίας αναφοράς τους προς τον Τ.Ο.
- Συνοδεία στα transfers άφιξης και αναχώρησης των τουριστών.
- Είσπραξη και παράδοση των χρημάτων από πωλήσεις εκδρομών και άλλων υπηρεσιών.

στ) Λογιστήριο. Η βασική λειτουργία του τμήματος είναι η τήρηση των λογιστικών στοιχείων και παραστατικών δηλαδή η εγγραφή των καθημερινών εσόδων και εξόδων σε όλα τα βιβλία και στοιχεία που προβλέπονται από τη φορολογική νομοθεσία. Επιπλέον έχει την ευθύνη του ταμειακού προγραμματισμού και του ταμείου.

Συγκεκριμένα, οι εργασίες που εκτελούνται από το τμήμα περιλαμβάνουν:

- Παρακολούθηση των εσόδων και των εξόδων της επιχείρησης.
- Τήρηση των λογιστικών βιβλίων και κατάρτιση του ισολογισμού και λοιπών οικονομικών καταστάσεων.
- Εγγραφή όλων των εισερχόμενων και εξερχόμενων τιμολογίων, μετά από έλεγχο.
- Τακτοποίηση (είσπραξη και πληρωμή) όλων των λογαριασμών των πελατών και προμηθευτών.
- Μισθοδοσία, ασφαλιστικές και λοιπές υποχρεώσεις.

Για την καλή εκτέλεση των παραπάνω εργασιών, αποκτείται συνεχής επαφή και συνεργασία του λογιστηρίου με όλα τα τμήματά.

ζ) **Λοιπά τμήματα.** Ανάλογα με το μέγεθος του πρακτορείου και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, μπορούμε να συναντήσουμε και άλλα τμήματα, όπως:

- Τμήμα πωλήσεων.
- Ticketing (έκδοση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων).
- Ανταλλακτήριο συναλλάγματος.
- Τμήμα κρουαζιέρων.

Οι λειτουργίες αυτές μπορούν να υπάγονται στο τμήμα κίνησης ή να δημιουργείται για αυτές ένα ξεχωριστό τμήμα, ανάλογα με τον όγκο εργασιών.

8 ημέρες

ΟΔΙΚΗ ΕΚΔΡΟΜΗ

Νότιος Ιταλία - Σικελία



ΤΑΡΑΝΤΑΣ - ΡΕΤΖΙΟ - ΜΕΣΣΗΝΑ - ΠΑΛΕΡΜΟ - ΜΟΝΡΕΑΛΕ - ΑΓΚΡΙΤΖΕΝΤΟ - ΣΥΡΑΚΟΥΣΣΕΣ - ΚΑΤΑΝΙΑ - ΑΙΤΝΑ



Προσφέρουμε:

- > Εκδρομές περιηγήσεις με καλύτερες κλασιζόμενα πούλμαν.
 - > Διαμονή σε επιλεγμένα ξενοδοχεία 3*-4*.
 - > Ημερίστροφο στα ξενοδοχεία.
 - > Εισιτήρια πλοίων σε 4κλινο καμπίνα με W.C (ΕΛΛΑΔΑ - ΙΤΑΛΙΑ - ΕΛΛΑΔΑ).
 - > Εισιτήρια F/B από και προς τη ΣΙΚΕΛΙΑ.
 - > Αρχηγός Συνδός.
 - > Τοπικοί ξεναγοί ΠΑΛΕΡΜΟ - ΣΥΡΑΚΟΥΣΣΕΣ.
 - > ΦΠΑ - Διόδια - Λιμενικά.
 - > Ασφαλιστική κάλυψη αστικής ευθύνης.
- Τιμές & Αναχωρήσεις στον ένθετο προκατάλογο.

1η ΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ - ΠΑΤΡΑ

Αναχώρηση νωρίς το μεσημέρι από ΑΘΗΝΑ με προορισμό το λιμάνι της ΠΑΤΡΑΣ. Αφιξη, τακτοποίηση στο πλοίο και απόπλους για ΜΠΑΡΙ, διανυκτέρευση εν πλω.

2η ΜΕΡΑ: ΜΠΑΡΙ - ΡΕΤΖΙΟ

Αμέσως μόλις φθάσουμε στο λιμάνι του ΜΠΑΡΙ ξεκινάμε για το αρχαίο ΡΗΓΙΟ. Στη διαδρομή μας θα συναντήσουμε και θα σταθούμε για λίγο στην πρωτεύουσα της ΑΠΟΥΛΛΑΣ του ΤΑΡΑΝΤΑ, το ΜΕΤΑΠΟΝΤΙΟ και την ΚΟΣΣΕΝΤΖΑ. Βραδινή βόλτα στο ΡΕΤΖΙΟ, δείπνο, διανυκτέρευση.

3η ΜΕΡΑ: ΡΕΤΖΙΟ - ΜΕΣΣΙΝΑ - ΚΕΦΑΛΟΥ - ΠΑΛΕΡΜΟ

Πρωινό και από την VILLA SAN GIOVANNI θα περάσουμε με το φέρι-μπωτ στη ΜΕΣΣΙΝΑ όπου θα παραμείνουμε για λίγο. Αργότερα θα βρεθούμε στην ΚΕΦΑΛΟΥ για μικρή στάση πριν καταλήξουμε το απόγευμα στο ξενοδοχείο μας στο ΠΑΛΕΡΜΟ.

4η ΜΕΡΑ: ΠΑΛΕΡΜΟ (ΜΟΝΡΕΑΛΕ)

Περιήγηση της πόλης. Η ΠΛΑΤΕΙΑ ΔΗΜΑΡΧΕΙΟΥ, η ΕΚΚΛΗΣΙΑ της ΑΓΙΑΣ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗΣ, η ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ, το ΘΕΑΤΡΟ «ΜΑΣΣΙΜΟ», το «ΠΑΛΑΤΣΟ ΡΕΑΛΕ» και το ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ είναι τα σπουδαιότερα αξιοθέατα που θα επισκεφθούμε. Λίγο αργότερα θα βρεθούμε στην πόλη ΜΟΝΡΕΑΛΕ με τα πολύ σπουδαία βυζαντινά μωσαϊκά. Χρόνος ελεύθερος το απόγευμα, δείπνο, διανυκτέρευση.

5η ΜΕΡΑ: ΠΑΛΕΡΜΟ - ΣΥΡΑΚΟΥΣΣΕΣ - ΚΑΤΑΝΙΑ

Πρωινό και αναχώρηση για ΣΥΡΑΚΟΥΣΣΕΣ. Στη διαδρομή μας θα συναντήσουμε τη ΣΕΛΗΝΟΥΝΤΑ με το ΝΑΟ της ΗΡΑΣ, αλλά και τον κόλπο του ΕΜΠΑΙΔΟΚΛΗ, το σημερινό ΑΓΚΡΙΤΖΕΝΤΟ. Στις ΣΥΡΑΚΟΥΣΣΕΣ θα δούμε τη ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ, κτισμένη στα θεμέλια του αρχαίου ναού της ΑΘΗΝΑΣ, το ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ, το ΟΡΑΤΟΡΙΟ του ΔΙΟΝΥΣΟΥ κ.α. Το απόγευμα θα τακτοποιηθούμε σε ξενοδοχείο στην περιοχή της ΚΑΤΑΝΙΑ, (GIARDINI DINAXO) δείπνο, διανυκτέρευση.

6η ΜΕΡΑ: ΚΑΤΑΝΙΑ - ΑΙΤΝΑ - ΤΑΟΡΜΙΝΑ - ΜΕΣΣΙΝΑ - ΡΕΤΖΙΟ

Πρωινό, ανάβαση στην ΑΙΤΝΑ, επίσκεψη και στη συνέχεια μικρή στάση στην ΤΑΟΡΜΙΝΑ. Το ταξίδι μας συνεχίζεται και περνάμε στο στενό της ΜΕΣΣΙΝΑΣ και φθάνουμε στο ΡΕΤΖΙΟ. Εδώ το αρχαίο ΡΗΓΙΟ θα δούμε το αρχαιολογικό μουσείο, και θα έχουμε σύντομη επίσκεψη της πόλης, πριν καταλήξουμε το βράδυ στο ξενοδοχείο για δείπνο και διανυκτέρευση.

7η ΜΕΡΑ: ΡΕΤΖΙΟ - ΜΠΡΙΝΤΕΖΙ ή ΜΠΑΡΙ

Πρωινό και αναχώρηση για το λιμάνι του ΜΠΑΡΙ ή ΜΠΡΙΝΤΕΖΙ, τακτοποίηση το απόγευμα στο πλοίο και απόπλους για ΠΑΤΡΑ. Διανυκτέρευση εν πλω.

8η ΜΕΡΑ: ΠΑΤΡΑ - ΑΘΗΝΑ

Το μεσημέρι νωρίς θα φθάσουμε στο λιμάνι της ΠΑΤΡΑΣ και το απόγευμα στην ΑΘΗΝΑ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ
ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (INCOMING)

2.1 Υπηρεσίες τουριστικού πρακτορείου (incoming)

Οι επιχειρήσεις τουριστικών πρακτορείων εισερχόμενου τουρισμού είναι τα πρακτορεία που αναλαμβάνουν όλες τις διευθετήσεις εδάφους σε έναν τουριστικό προορισμό για τους ξένους τουρίστες και για λογαριασμό του Τ.Ο. Οι διευθετήσεις αυτές καλύπτουν όλες τις πτυχές μιας τουριστικής διαμονής, εκτός του ταξιδιού. Η ανάληψη της αντιπροσώπευσης ενός ξένου Τ.Ο. είναι η πιο σύνθετη και απαιτητική λειτουργία για ένα πρακτορείο ταξιδίων. Ο πρώτος λόγος είναι ότι δημιουργεί σχέσεις συμπληρωματικότητας αλλά και σύγκρουσης συμφερόντων με τους ξένους συνεργάτες οι οποίοι βρίσκονται και σε πολύ πλεονεκτικότερη θέση. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι οι επαγγελματικές απαιτήσεις αυξάνονται, ποσοτικά και ποιοτικά γι' αυτό και θα πρέπει να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή ικανοποίηση των ξένων τουριστών από τις επιχειρήσεις που συνεισφέρουν στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών.

Τα τουριστικά πρακτορεία εισερχόμενου τουρισμού δεν παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες στους πελάτες τους αλλά υπάρχει μια διαφοροποίηση στη γκάμα των υπηρεσιών τους. συνήθως είναι εγκατεστημένα στις πιο δημοφιλείς περιοχές της Ελλάδας και αναλαμβάνουν:

- Συμφωνίες με καταλύματα. Το πρακτορείο συμφωνεί την κράτηση ενός αριθμού δωματίων, στα οποία θα καταλύσουν οι εισερχόμενοι τουρίστες του. Μαζί με το κατάλυμα είναι δυνατόν να προσφέρονται καθημερινά και ορισμένα γεύματα.
- Συμφωνίες με επισιτιστικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν γεύματα των πελατών, στην περίπτωση που τα καταλύματα δεν διαθέτουν εστιατόριο.
- Συμφωνίες με μεταφορικές επιχειρήσεις λεωφορείων, ταξί, με σκοπό την υποδοχή των πελατών στο αεροδρόμιο και την πληροφόρησή τους (handling), τη μεταφορά τους στο κατάλυμα (transfer άφιξης) και τη μεταφορά στο αεροδρόμιο για την αναχώρησή τους (transfer αναχώρησης).
- Συμφωνίες με γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, μοτοσικλετών κ.λ.π.
- Σχεδιασμός εκδρομών με βάση επιλεγμένα προγράμματα του πρακτορείου ή προσωπικές επιθυμίες των πελατών.
- Τέλος εξασφάλιση λοιπών μέσων και υπηρεσιών που είναι απαραίτητες ή χρήσιμες στους τουρίστες, που διακινεί το πρακτορείο, για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

2.2 Λειτουργικές διαδικασίες.

2.2.1 Προετοιμασία της τουριστικής περιόδου.

Την αποκλειστική ευθύνη για την προετοιμασία της τουριστικής περιόδου την έχει η διεύθυνση και περιλαμβάνει τρεις βασικές εργασίες:

- α) Σύναψη συμφωνίας συνεργασίας και αντιπροσώπευσης με τον Τ.Ο.
- β) Σύναψη συμβολαίων allotment με επιχειρήσεις καταλυμάτων (ξενοδοχεία κ.λ.π.).
- γ) Διαμόρφωση και σύνταξη του confidential tariff.

Χρονικά η προετοιμασία της περιόδου ξεκινάει κυρίως από τους μήνες Ιούνιο – Αύγουστο με την υπογραφή των συμβολαίων με τα ξενοδοχεία της επιλογής των Τ.Ο. Προηγείται, δηλαδή, μια περίοδος 8 έως 9 μηνών.

α) Η σύμβαση αντιπροσώπευσης Τ.Ο. Είναι η συμφωνία μεταξύ του Τ.Ο. και του τουριστικού πρακτορείου, με την οποία καθορίζεται το πλαίσιο συνεργασίας, δηλαδή οι υποχρεώσεις που προκύπτουν και η αμοιβή για τις διάφορες υπηρεσίες. Το συμβόλαιο αυτό είναι απαραίτητο και πολύ σημαντικό για τη συνεργασία των δύο μερών. Αναφέρονται όλες οι χρεώσεις των υπηρεσιών που θα παρέχει το τουριστικό πρακτορείο στον Τ.Ο., προκειμένου ο Τ.Ο. να κοστολογήσει τα προϊόντα του (πακέτα διακοπών) και τις υπηρεσίες του τιμοκαταλόγου για την επόμενη τουριστική περίοδο. Οι παρεχόμενες προς των Τ.Ο. υπηρεσίες έχουν τις ακόλουθες χρεώσεις:

- Η αμοιβή για χειρισμό διακινούμενων πελατών (handling fee). Είναι η αμοιβή του ταξιδιωτικού πρακτορείου ανά αφικνούμενου πελάτη του Τ.Ο. Η χρέωση αυτή καλύπτει τα έξοδά του για την αντιπροσώπευση του Τ.Ο., την παροχή γραφειακής εγκατάστασης στους αντιπροσώπους του Τ.Ο., την παρακολούθηση και επίλυση των οποιωνδήποτε προβλημάτων προκύψουν, την παραχώρηση και χρήση των γραφειακών εγκαταστάσεων και γενικά την παροχή οποιασδήποτε υπηρεσίας.
- Η χρέωση για transfer. Είναι η χρέωση κατά άτομο, για μεταφορές με λεωφορείο και ταξί από αεροδρόμιο ή λιμάνι προς τις περιοχές που είναι εγκατεστημένα τα συνεργαζόμενα καταλύματα. Το μέσο μεταφοράς (τουριστικό λεωφορείο ή ταξί) εξαρτάται από τον αριθμό των διακινούμενων τουριστών. Κατά κανόνα, εάν ο

αριθμός είναι έως 9 άτομα, το μέσο είναι το ταξί, ενώ για περισσότερα από 9 άτομα χρησιμοποιείται λεωφορείο.

- Το ποσοστό προμήθειας επί των περιηγήσεων, που καταβάλλεται από τον τοπικό ανταποκριτή στον Τ.Ο. Η καταβολή αυτή της προμήθειας γίνεται όταν οι εκδρομές συμπεριλαμβάνονται στο πακέτο διακοπών, που έχει πωληθεί και διοργανώνονται από το πρακτορείο και όταν οι εκδρομές πωλούνται από τους reps του Τ.Ο.
- Οι τιμές για τις άλλες υπηρεσίες, όπως είναι η ενοικίαση αυτοκινήτων.
- Άλλοι όροι, οι οποίοι αφορούν τη διαδικασία επικύρωσης των κρατήσεων δωματίων και τον τρόπο πληρωμής και εξόφλησης τιμολογίων.

β) Η σύμβαση allotment. Μια άλλη σύμβαση που είναι απαραίτητη στην προετοιμασία της τουριστικής περιόδου είναι η σύμβαση allotment. Το συμβόλαιο allotment είναι ένα ιδιωτικό συμφωνητικό που υπογράφεται μεταξύ μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης και του ταξιδιωτικού πρακτορείου ή του Τ.Ο. για την κράτηση αριθμού κλινών για ορισμένη χρονική περίοδο και για συνεχή αποστολή εναλλασσόμενων κλινών. Η συμφωνία αυτή είναι η πλέον συνηθισμένη και γίνεται σ' ένα τυποποιημένο έντυπο, με διαφορετικό σχεδιασμό για κάθε πρακτορείο. Είναι λοιπόν ένα πλαίσιο συνεργασίας στο οποίο περιλαμβάνονται τα στοιχεία του τουριστικού γραφείου, τα στοιχεία του ξενοδοχείου, η περιγραφή του καταλύματος, ο τύπος και αριθμός δωματίων ή διαμερισμάτων, οι όροι διαμονής, η περίοδος αποδέσμευσης και ο τρόπος πληρωμής.

Οι συμβάσεις allotment περιλαμβάνουν τους παρακάτω όρους:

- Διάρκεια συνεργασίας, που είναι συνήθως μία τουριστική περίοδος.
- Διαχωρισμός της περιόδου σε υποπερίοδους (low, medium, high season), με την ανάλογη διαφοροποίηση των τιμών χρέωσης.
- Ακριβής αριθμός δωματίων και κλινών, καθώς και σαφής προσδιορισμός του τύπου δωματίου.
- Τιμή net ανά διανυκτέρευση κατά τύπο δωματίου και όρο συμφωνίας διαμονής.
- Περίοδος αποδέσμευσης (release period), που μπορεί να κυμαίνεται από 7 έως 14 ημέρες. Η περίοδος αποδέσμευσης είναι το ανώτατο χρονικό διάστημα κατά το οποίο το τουριστικό γραφείο ή ο Τ.Ο. θα πρέπει να πληροφορήσει το ξενοδοχειακό κατάλυμα για μια κράτηση δωματίου.

U tour

CONTRACT- ALLOTMENT.

Between the Hotel
 At

And U TOURS, the following have been agreed upon:

1. For the period of to
2. The following allotment of room at the disposal of U TOURS:

..... DOUBLE OR TWINBEDDED ROOMS

..... DOUBLE OR TWINBEDDED ROOMS

..... SINGLES

..... SINGLES

..... APARTMENTS OR SUITES

.....

3. The Net prices of the above mentioned rooms are the following :

PER PERSON	OFF	MID	HIGH SEASON
Half board:	5100	5700	6650
Supplement full board:	1500		
Reduction Bed & Breakfast:			
Other supplements:			

The above prices are net to the Hotel, in local currency and include services and taxes.

High season period from	1/7	to	30/9	
Mid	1/5	to	30/6	
Low	1/10	to	30/4	

- Ποσό προκαταβολής που έχει συμφωνηθεί να καταβληθεί στο ξενοδοχείο από το τουριστικό γραφείο πριν την έναρξη της περιόδου και το οποίο συμψηφίζεται από τους λογαριασμούς του ξενοδοχείου στο τέλος της περιόδου.
- Τιμές για πρόσθετη κλίνη (extra bed).
- Ειδικές τιμές για παιδιά που διαμένουν στο ίδιο δωμάτιο με τους γονείς.
- Τιμή πρόσθετου (εκτός όρων διαμονής) γεύματος.
- Διάφοροι άλλοι όροι, όπως: τρόπος πληρωμής, ώρες άφιξης πελατών, παροχή διευκολύνσεων από μέρος του ξενοδοχείου προς τους reps του Τ.Ο. τυχόν εγγυήσεις πληρότητας που έχουν δοθεί από μέρος του Τ.Ο.

Οι τύποι του allotment που υπογράφονται μεταξύ της επιχείρησης καταλύματος και του πρακτορείου είναι δύο:

- Το συμβόλαιο on request (με αίτηση). Το πρακτορείο και το ξενοδοχείο συμφωνούν ένα ποσοστό προμήθειας για την περίπτωση που το ξενοδοχείο θα φιλοξενήσει πελάτες του πρακτορείου. Σ' αυτήν την περίπτωση δεν αναφέρεται αριθμός δωματίων και περίοδο αποδέσμευσης διότι το ξενοδοχείο δικαιούται ν' αρνηθεί την κράτηση, είτε η αίτηση γίνει πριν από τρεις εβδομάδες είτε γίνει πριν από τρεις ώρες.
- Το συμβόλαιο guarantee (με εγγύηση). Μ' αυτή τη συμφωνία το πρακτορείο ενοικιάζει έναν αριθμό δωματίων και άλλων υπηρεσιών που συνοδεύουν το κάθε δωμάτιο, όπως γεύματα κ.λ.π., για μια περίοδο. Το πρακτορείο πληρώνει, τα δωμάτια ακόμη κι όταν δεν τα χρησιμοποιεί και το ξενοδοχείο πρέπει να τα έχει έτοιμα και ελεύθερα για οποιαδήποτε στιγμή τα χρειαστεί το πρακτορείο.

γ) Το εμπιστευτικό τιμολόγιο (confidential tariff). Οι τιμές που περιλαμβάνονται στον τιμοκατάλογο αυτό είναι εμπιστευτικές, με την έννοια ότι δεν είναι οι τελικές τιμές χρέωσης στον πελάτη. Περιλαμβάνει τιμές για όλες τις υπηρεσίες που προσφέρει το ταξιδιωτικό πρακτορείο στη μεμονωμένη και ευκαιριακή πελατεία. Όλες οι τιμές του εμπιστευτικού τιμολογίου αναφέρονται σε προκρατημένες (prebooked) και προπληρωμένες (prepaid) υπηρεσίες. Ο τιμοκατάλογος αυτός συντάσσεται από τη διεύθυνση και απευθύνεται αποκλειστικό σε συνεργάτες του πρακτορείου, οι οποίοι διακινούν πελατεία που δεν είναι οργανωμένη μέσω Τ.Ο. και σε μεμονωμένους πελάτες.

Μερικές από τις υπηρεσίες που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει το πρακτορείο και οι οποίες περιλαμβάνονται στον τιμολογικό σε τιμές net (καθαρές) είναι: Ξενοδοχεία και λοιπά καταλύματα, μεταφορές πελατών (transfers), εκδρομές, ενοικιάσεις αυτοκινήτων Ι.Χ., ξεναγήσεις και κάθε άλλη υπηρεσία που μπορεί να προσφέρει το πρακτορείο.

2.2.2 Έντυπα

Ένα ιδιαίτερο σημαντικό στοιχείο είναι τα έντυπα που χρησιμοποιούνται για τη διεκπεραίωση των λειτουργικών διαδικασιών του τουριστικού πρακτορείου. Τα έντυπα που χρησιμοποιούνται από τα πρακτορεία ταξιδιών incoming διαφέρουν από τη μία επιχείρηση στην άλλη ανάλογα με το είδος των υπηρεσιών που παρέχουν. Τα έντυπα μπορούν να ταξινομηθούν σε τέσσερις κατηγορίες, ως εξής:

- Έντυπα πελατών.
- Έντυπα εσωτερικής λειτουργίας.
- Διαφημιστικά και πληροφοριακά έντυπα.
- Λογιστικά έντυπα.

α) έντυπα πελατών. Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται τα έντυπα με τα οποία οι πελάτες του τουριστικού πρακτορείου έρχονται σε άμεση επαφή καθώς και οι συνεργάτες του πρακτορείου. Τα έντυπα είναι τα εξής:

- Voucher (εντολή υπηρεσίας). Είναι το βασικότερο έντυπο και μπορεί να προσδιοριστεί ως μια εντολή παροχής υπηρεσίας προς τον προμηθευτή. Συνήθως τα vouchers εκδίδονται σε πέντε αντίτυπα. Το αντίγραφο του πελάτη παραδίδεται στο ξενοδοχείο ή το τοπικό πρακτορείο και αφού παρασχεθούν οι αναφερόμενες υπηρεσίες, αποστέλλεται στον εκδότη για να γίνει η πληρωμή. Αυτό γίνεται όταν ο πελάτης έχει πληρώσει για όλες τις υπηρεσίες που του προσφέρθηκαν.
- Taxi voucher (εντολή μεταφοράς). Εκδίδεται σε δύο αντίγραφα, από τα οποία το πρώτο παραδίδεται στον οδηγό, ταξί που θα εκτελέσει τη μεταφορά και με το οποίο θα πληρωθεί από το πρακτορείο και το δεύτερο παραμένει στο στέλεχος.
- Excursion coupon (Δελτίο συμμετοχής σε εκδρομή). Είναι ένα δελτίο που δίνεται στον δικαιούχο τουρίστα και αντιγράφει το όνομά του, το κουπόνι αυτό του δίνει το δικαίωμα συμμετοχής σε μια οργανωμένη εκδρομή για την οποία έχει πληρώσει.
- Passenger list (Λίστα επιβατών για μια εκδρομή ή transfer). Το έντυπο αυτό αφορά τους πελάτες και είναι εν μέρει εσωτερικής λειτουργίας, αφού παραδίδεται στους προμηθευτές. Το συγκεκριμένο έντυπο χρησιμοποιείται τόσο από τα πρακτορεία incoming όσο και από τους T.O.

TRAVEL BUREAU
IRAKLION - CRETE

VOUCHER

HOTEL RESERVATION ORDER
In exchange of this please make the following reservation

HOTEL		
FROM:	TO:	DAYS:
ROOMS:		
MEALS:	<input type="checkbox"/> B/B	<input type="checkbox"/> H/B <input type="checkbox"/> F/B
PAYMENT: ()		

CLIENTS' NAMES	
1.	
2.	
3.	
4.	

TRAVEL BUREAU

RESERVATION ORDER

HOTEL	
ARRIVAL	DEPARTURE

TOWN	
ROOM	ACCOM.
SNGL	B.B.
DBLE	H.B.
TRPL	F.B.

CLIENT'S NAME
1.
2.
3.
4.
5.

SIGNATURE

PAYMENT BY

REMARKS

FOR THE HOTEL

**ΕΝΤΟΛΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ
(TRANSFERAUFTRAG)**

Προς το ΤΑΞΙ με αριθμ. οδηγός

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΗΜΕΡΑ ΩΡΑ
 DATUM TAG UHRZEIT

ΠΕΛΑΤΗΣ Π.
 KUNDENNAME D.

ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΟΥ ΚΟΥΠΟΝΙΟΥ
 AGENTUR GUTSCHEIN

REISELEITER

ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΑΠΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΠΟΣ
 TRANSPORT VON ZIEL ORT

**ΔΕΛΤΙΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
ΕΚΑΦΟΜΗΣ**

ΑUSFLUG	ΤOUR
ΕΞΙΡΑ	ΑΥΞ. ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΚΑΦΟΜΗ	

ΗΜΕΡΑ ΩΡΑ
 DATE TIME
 PICK-UP

ΟΝΟΜΑ ΠΕΛΑΤΗ
 CLIENT'S NAME

HOTEL ROOM

ΑΤΟΜΑ ΔΡΣ
 PERSONS DRS
 ΣΥΝΟΛΟ
 TOTAL
 DRS

ISSUED BY
 CAPITALS PLEASE

**PASSENGER LIST
DEPARTURES ON**

VOUCHER No	COMPANY	CLIENT'S NAME	DEP. FLIGHT	HOTEL	TRANS	ARR. DATE	REMARKS

**PASSENGER LIST
ARRIVALS ON**

VOUCHER No	COMPANY	CLIENT'S NAME	ARR. FLIGHT	HOTEL	TRANS	ARR. DATE	REMARKS

PASSENGER LIST

EXCURSION TO DAY
 GUIDE DATE
 LANGUAGE

No	NAME	Hotel	Room No	C/O OF	Tour Operator	Departure
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

- Έντυπο κράτησης/ συμβολαίου. Χρησιμοποιείται για την υπογραφή συμβολαίων σε μεμονωμένους πελάτες. Πάνω σε αυτό αναγράφονται όλοι οι όροι που το πρακτορείο θέτει, καθώς και οι υπηρεσίες που ο πελάτης ζήτησε και συμφώνησε να πληρώσει. Αναφέρεται ο τρόπος πληρωμής καθώς και η περίοδος που έχει συμφωνηθεί να παρασχεθούν στον πελάτη οι εν λόγω υπηρεσίες.

β) Έντυπα εσωτερικής λειτουργίας. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα ακόλουθα έντυπα:

- Δελτίο κίνησης λεωφορείων.
- Πληροφοριακά έντυπα ξενοδοχείων. Αυτά παρουσιάζουν τις δυνατότητες κάθε ξενοδοχείου καθώς και τις υπηρεσίες που προσφέρει, ώστε να είναι εύκολη από μέρους των υπαλλήλων του πρακτορείου η εξεύρεση όλων των σχετικών πληροφοριών.
- Κατάσταση εκδρομών. Έντυπο που παρουσιάζει την κατάσταση των εκδρομών που έχουν προγραμματιστεί να γίνουν.
- Φάκελος μεμονωμένων πελατών ή γκρουπ.
- Δελτία περιηγήσεων και εκδρομών.
- Κατάσταση διαδρομών λεωφορείων.

γ) Διαφημιστικά πληροφοριακά έντυπα. Πρόκειται για τα έντυπα επικοινωνίας και προβολής του ταξιδιωτικού πρακτορείου. Τα πιο συνηθισμένα είναι:

- Μπροσούρες (προσπέκτους εκδρομών του πρακτορείου).
- Ντισιέ πελάτη.
- Χάρτες πόλης και περιοχής.
- Πληροφοριακό έντυπο με χρήσιμες για τον πελάτη πληροφορίες.
- Αυτοκόλλητα σήματα.
- Φάκελοι αλληλογραφίας και επιστολόχαρτα με τη φίρμα του πρακτορείου.
- Έντυπα αεροπορικών εταιρειών – δρομολόγια.
- Επιστολόχαρτα και visit cards.

δ) Λογιστικά βιβλία και έντυπα. Ανάλογα με την κατηγορία βιβλίων που επιβάλλει η φορολογική νομοθεσία, η κάθε επιχείρηση οργανώνει το λογιστήριό της με τα υποχρεωτικά κατά περίπτωση έντυπα και τα υπόλοιπα που συμπληρώνουν και

υποβοηθούν τη λειτουργία του. Ανεξάρτητα όμως από την κατηγορία βιβλίων υπάρχουν τα παρακάτω βασικά έντυπα:

- Βιβλίο ταμείου και διαφόρων πράξεων.
- Βιβλίο αγορών.
- Τιμολόγια παροχής υπηρεσιών.
- Γραμμάτεια είσπραξης και εντάλματα πληρωμής.
- Χρεωστικά σημειώματα και πιστωτικά σημειώματα.
- Αποδείξεις επαγγελματικών δαπανών.

ΦΑΚΕΛΟΣ ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ Ή ΓΚΡΟΥΠ

F.No

CLIENTS NAME

AGENCY

REF

DATE OF ARRIVAL

FLIGHT No

TIME

TRF

DATE OF DEPARTURE

FLIGHT No

TIME

TRF

ACCOMMODATION

SERVICES

REMARKS

DEBIT NOTE No

INVOICE No

2.3 Overbooking

Το overbooking (υπερκρατήσεις) υπάρχει όταν ένα ξενοδοχείο υπογράφει συμβόλαιο με τους συνεργάτες – πρακτορεία και ο συνολικός αριθμός των δωματίων που έχει συμφωνήσει να έχει διαθέσιμα για λογαριασμό τους ξεπερνά τον αριθμό δωματίων που διαθέτει. Τα ξενοδοχεία βασισμένα στο γεγονός ότι ένα μέρος των πελατών ακυρώνουν τις κρατήσεις τους τις τελευταίες ημέρες πριν την άφιξή τους, και προκειμένου να πετύχουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερη πληρότητα των κλινών τους, προσφέρουν στους συνεργάτες τους περισσότερα δωμάτια απ' όσα συνολικά διαθέτουν.

Η κατάσταση του overbooking κατά κανόνα δημιουργεί κακή ψυχολογική διάθεση και δυσαρέσκεια στον πελάτη. Γι' αυτό κοινή επιδίωξη τόσο των ξενοδοχείων όσο και των τουριστικών πρακτορείων θα πρέπει να είναι η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση του τουρίστα. Η κατάσταση του overbooking είναι ιδιαίτερα επιζήμια για την επιχειρηματική φήμη και την αξιοπιστία του Τ.Ο. και για να αντιμετωπίσει την κατάσταση απαιτεί από το ξενοδοχείο όσο περισσότερα ανταλλάγματα μπορεί για αποζημίωση προς τον πελάτη όπως:

- δωμάτιο σε ξενοδοχείο της ίδιας περιοχής ίδιας ή ανώτερης κατηγορίας και με τις ίδιες διευκολύνσεις.
- παροχή δωρεάν φρούτων και κρασιού στην άφιξη των πελατών.
- μια εκδρομή ή άλλη υπηρεσία δωρεάν.

Οι παραπάνω εναλλακτικές λύσεις που προσφέρονται στον πελάτη έχουν χρηματικό κόστος, αφού εκείνος ο οποίος προκάλεσε το overbooking πρέπει να προσφέρει κάτι αντίστοιχο ή καλύτερο απ' ότι έχει πληρώσει ο πελάτης. Ακόμα υπάρχει περίπτωση επιστροφής χρημάτων από τον Τ.Ο. όταν ο πελάτης αποδεικνύει ότι είχε παράπονα που τον εμπόδιζαν στην απόλαυση των διακοπών του.

Η κακή ψυχολογική διάθεση του πελάτη από την αρχή των διακοπών του έχει αρνητικά αποτελέσματα, αφού αντί να κάνει διαφήμιση για τις διακοπές του θα κάνει δυσφήμιση στο ξενοδοχείο, στον τόπο διακοπών και στον Τ.Ο. γενικότερα.

2.4 Εργασίες στο αεροδρόμιο

Το ταξίδι αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα της τουριστικής διαδικασίας και το αεροπλάνο είναι σήμερα το περισσότερο διαδεδομένο τουριστικό μέσο μεταφοράς. Τα δύο τρίτα των τουριστών φθάνουν αεροπορικά στην Ελλάδα. Οι διαδικασίες των εργασιών στο αεροδρόμιο αναφέρονται στην άφιξη και αναχώρηση πελατών και στη συνεργασία με την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας.

Τα πρακτορεία εξασφαλίζουν αεροπορικές θέσεις με δύο μεθόδους συνήθως: με συμφωνίες on request ή guarantee. Με τη μέθοδο on request τα πρακτορεία ζητούν θέσεις από τις αεροπορικές επιχειρήσεις και σε περίπτωση που υπάρχουν κενές θέσεις, τότε τις νοικιάζουν για τη συγκεκριμένη και μόνο πτήση. Με τη μέθοδο guarantee αγοράζουν ένα σύνολο αεροπορικών θέσεων για μια χρονική περίοδο και πληρώνουν τις θέσεις αυτές είτε γεμίσουν είτε όχι. Οι κρατήσεις guarantee αφορούν αποκλειστικά στις εταιρείες charter.

Η πτήση charter (ναυλωμένη πτήση ή πτήση κλειστού κύκλου περιήγησης), σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, είναι η αεροπορική πτήση που περιλαμβάνει επίσκεψη ομάδας ατόμων για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα, που είναι εφοδιασμένα με εισιτήριο επιστροφής και με υποχρέωση προπληρωμένου καταλύματος για όλη τη διάρκεια της παραμονής τους, παροχή που αποδεικνύεται από το voucher του πρακτορείου. Για τους πελάτες «κλειστού κύκλου περιήγησης», ως μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής ορίζονται οι 6 εβδομάδες.

Πολλοί μεγάλοι Τ.Ο. τυπώνουν ειδικούς καταλόγους για πτήσεις charter, ενώ οι μικρότεροι τοποθετούν τα δρομολόγια και τιμές των πτήσεων αυτών στο τέλος του καταλόγου τους. Στα φυλλάδια αυτά γίνεται διεξοδική ανάλυση των δρομολογίων. Αναφέρονται οι ώρες και ημερομηνίες των πτήσεων, η διάρκειά τους, οι τιμές ανάλογα με την εποχή, η περιγραφή τύπου των αεροπλάνων και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε αυτά, όπως γεύματα, λειτουργία βίντεο κ.λ.π.

Οι εργασίες στο αεροδρόμιο αφορούν την άφιξη και την αναχώρηση των πελατών. Οι υπάλληλοι του πρακτορείου εφοδιασμένοι με το passenger name list παραλαμβάνουν τους πελάτες κατά την άφιξή τους και φροντίζουν για τη σωστή κατανομή τους στα λεωφορεία ή ταξί και τη μεταφορά τους στα καταλύματα. Το ίδιο γίνεται στο τέλος των διακοπών τους κατά την αναχώρησή τους.

Η διαδικασία άφιξης των πελατών περιλαμβάνει την ετοιμασία των αφίξεων με τους προσωπικούς φακέλους των πελατών, με βάση τη λίστα αφίξεων που δίνεται από το τμήμα κρατήσεων. Ο φάκελος περιλαμβάνει το voucher, την κράτηση, πληροφοριακά έντυπα, διαφημιστικά του πρακτορείου κ.α. Ο φάκελος παραδίδεται στον πελάτη κατά την άφιξή του. Όταν το transfer γίνεται με λεωφορείο, υπάλληλος του πρακτορείου ή μια γερ συνοδεύει τον πελάτη στο ξενοδοχείο και τον βοηθάει με τη διαδικασία του check-in του ξενοδοχείου.

Κατά την διαδικασία της αναχώρησης ένας υπάλληλος παραλαμβάνει από την προηγούμενη ημέρα από το τμήμα κρατήσεων τις λίστες αναχώρησης. Ενημερώνονται οι πελάτες για το σημείο και την ώρα αναχώρησης με το λεωφορείο. Με την άφιξη στο αεροδρόμιο, εκτελείται η διαδικασία check-in για την πτήση στην κατάλληλη θυρίδα. Ο συνοδός περιμένει μέχρι να αντιμετωπιστούν οι όποιες δυσκολίες προκύψουν. Στο χώρο του αεροδρομίου είναι πολύ σημαντική η καλή συνεργασία με τους αρμόδιους υπαλλήλους ώστε να επιτυγχάνεται ταχεία εξυπηρέτηση των πελατών.

Συνήθως οι εταιρείες charter προτιμούν να πετούν νύκτα, όταν ο αερολιμενισμός κοστίζει λιγότερο. Παρόλα αυτά, υπάρχουν πλέον πολλές εταιρείες charter οι οποίες έχουν κυρίως ημερήσιες πτήσεις. Αξιόλογο σήμερα είναι και το επίπεδο εξυπηρέτησεων που προσφέρουν οι εταιρείες αυτές μέσα στο αεροπλάνο, όπου ορισμένες φορές τα προσφερόμενα γεύματα και οι λοιπές υπηρεσίες είναι ανταγωνιστικές των μελών της IATA. Οι εταιρείες charter δεν παρουσιάζουν περισσότερες καθυστερήσεις από τις λοιπές αεροπορικές εταιρείες και είναι σίγουρο ότι οι πτήσεις τους είναι εξίσου ασφαλείς.

2.5 Τμήμα διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων

Το τμήμα αυτό ασχολείται με την προσέλκυση πελατείας μέσω της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων οι οποίες συμπεριλαμβάνονται στο σχέδιο marketing που εφαρμόζει το τουριστικό πρακτορείο. Η διαφήμιση του τουριστικού πρακτορείου μπορεί να γίνει στις τοπικές εφημερίδες, με posters σε τοπικά κανάλια στο ραδιόφωνο και στους τοπικούς κινηματογράφους, αλλά και με επιστολές – direct mail σε πιθανούς πελάτες που είναι ένα πολύ ισχυρό μέσο προβολής. Η διαφήμιση έχει σκοπό να προκαλέσει την προσοχή του υποψήφιου πελάτη ώστε να μπει μέσα στο πρακτορείο για να ζητήσει περισσότερες πληροφορίες.

Οι δημόσιες σχέσεις αφορούν σε παράθεση γευμάτων, προσφορά δωρεάν τουριστικών πακέτων κ.λ.π. σε παράγοντες του επαγγέλματος και συνεργάτες. Στις δημόσιες σχέσεις επίσης ανήκει και το καθήκον αποστολής καρτών σε γενέθλια και ονομαστικές εορτές των πελατών και συνεργατών του τουριστικού πρακτορείου. Οι υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων πρέπει να είναι συνεχώς παρόντες στο τουριστικό κύκλωμα, διατηρώντας τις σχέσεις τους με τους αντιπροσώπους των ήδη συνεργατών και καλλιεργώντας γνωριμίες με νέους συνεργάτες. Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι είναι απαραίτητη η συμμετοχή του πρακτορείου στις κυριότερες τουριστικές εκθέσεις και σε άλλα τουριστικά γεγονότα, όπως ημερίδες, σεμινάρια κ.λ.π.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το τμήμα δημοσίων σχέσεων πρέπει να έχουν κατάλληλο προσανατολισμό, ώστε να εξασφαλίζουν οικονομικά αποτελέσματα τα οποία, στη χειρότερη περίπτωση, να καλύπτουν το κόστος που παράγει το τμήμα.

2.6 Τουριστικά λεωφορεία

Είναι γενικά αποδεκτό ότι το αντικείμενο των τουριστικών λεωφορειών είναι το πιο σύνθετο και πολύπλοκο, λόγω της μεγάλης επένδυσης, δηλαδή του κόστους αγοράς και των πολύ υψηλών λειτουργικών εξόδων του. Εξάλλου αυτός είναι και ένας από τους βασικούς λόγους για τον οποίο οι Τ.Ο. επέλεξαν τη λύση της συνεργασίας με τοπικά ταξιδιωτικά πρακτορεία, τα οποία είναι σε θέση να διεκπεραιώνουν τις εργασίες τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Οι συνεργασίες μεταξύ τοπικών τουριστικών πρακτορείων, Τ.Ο. και εταιρειών που διαθέτουν τουριστικά λεωφορεία επικυρώνονται με την υπογραφή συμβολαίων, όπου αναγράφονται οι όροι της συνεργασίας και οι υποχρεώσεις σε καθεμιά περίπτωση των δύο μερών. Ο Τ.Ο. έχει την ευθύνη για την εξυπηρέτηση των πελατών του με δικό του προσωπικό κατά την άφιξη / αναχώρηση καθώς και κατά τη διάρκεια της παραμονής τους. Το ταξιδιωτικό πρακτορείο επωμίζεται το έργο της μεταφοράς των τουριστών. Αφού ενημερωθεί για τις ακριβείς πτήσεις, τον αριθμό των επιβατών και το κατάλυμα στο οποίο θα διαμένουν, είναι υπεύθυνο να παρέχει, στις ώρες που του έχουν ζητηθεί, μέσο μεταφοράς.

Οι Τ.Ο. αποβλέποντας σε ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών τους, αποκτούν τη φορτοεκφόρτωση των αποσκευών από τον οδηγό, την ομοιομορφία των τουριστικών λεωφορειών, την τοποθέτηση τους σε εμφανές σημείο του χώρου στάθμευσης και δεν δέχονται σε καμία περίπτωση να υπάρξει καθυστέρηση.

Στη σύμβαση συνεργασίας καθορίζονται επίσης οι προδιαγραφές των λεωφορειών, ανάλογα με την ποιότητα που επιθυμεί ο κάθε Τ.Ο. Οι ποιοτικές προδιαγραφές εξυπηρέτησης περιλαμβάνουν:

- Ύπαρξη κλιματισμού λόγω κλιματολογικών συνθηκών.
- Μικροφωνική εγκατάσταση.
- Ύπαρξη ασύρματης επικοινωνίας (CB).
- Λεωφορείο σύγχρονης τεχνολογίας με αυξημένη παθητική ασφάλεια.
- Σχολαστική καθαριότητα ανά πάσα στιγμή.
- Ανάρτηση ταμπέλας με την επωνυμία σε εμφανές σημείο του λεωφορείου.
- Ένδυση των οδηγών με στολή, καθώς επίσης άψογη συμπεριφορά των οδηγών και όλων όσοι έρχονται σε επαφή, με τους πελάτες τους.

- Μεταφορά αποσκευών από την αίθουσα αφίξεων του αεροδρομίου μέχρι το λεωφορείο.
- Μεταφορά του πελάτη μέχρι την υποδοχή του ξενοδοχείου.

Η υπηρεσία οδηγού είναι η κυριότερη ενασχόληση του γραφείου κίνησης. Έχει τη μορφή έντυπου και είναι ημερήσια διαταγή κίνησης για τον οδηγό. Για να πάρει όμως την τελική της μορφή και να φτάσει στα χέρια του οδηγού, πρέπει να προηγηθούν μια σειρά από προεργασίες εκ μέρους του γραφείου κίνησης. Το γραφείο κίνησης συγκεντρώνει όλα τα δρομολόγια που πρέπει να πραγματοποιηθούν ανά ημέρα. Κάθε ημέρα προγραμματίζονται οι κινήσεις της επομένης. Συμπληρώνεται ένα συγκεντρωτικό έντυπο όπου αναγράφονται όλα τα δρομολόγια με τα επιμέρους στοιχεία τους. Για κάθε λεωφορείο υπάρχει και μια κατάσταση που αναγράφει την ημερομηνία, το ακριβές σημείο έναρξης της διαδρομής, την ώρα εκκίνησης και τον αριθμό των ατόμων που θα παραλάβει. Εάν έχει και άλλες στάσεις, αναγράφονται και αυτές με τις ώρες και τον αριθμό ατόμων. Αναφέρεται επίσης ο Τ.Ο. ο προορισμός και το σύνολο των ατόμων. Εάν πρόκειται για εκδρομή, υπάρχουν ακόμη τα ονόματα των συμμετεχόντων στην εκδρομή και οι αριθμοί των vouchers. Οι λίστες με την υπηρεσία που θα λάβει ο κάθε οδηγός αφού ελεγχθούν παραδίδονται προσωπικά σε κάθε οδηγό. Κατά την έναρξη και τη λήξη της υπηρεσίας του αναφέρεται στο γραφείο κίνησης ώστε να ενημερώσει για την ομαλή διεξαγωγή της. Το δύσκολο σημείο για το γραφείο κίνησης είναι η αντιμετώπιση των έκτακτων μεταβολών στην υπηρεσία εξαιτίας απρόοπτων γεγονότων, όπως για παράδειγμα οι καθυστερήσεις των πτήσεων και οι βλάβες των λεωφορείων. Άλλοι λόγοι είναι λάθη των οδηγών, λάθη στη σύνταξη μιας λίστας, έκτακτα δρομολόγια που δεν ήταν δυνατό να προβλεφθούν ή καθυστερήσεις λόγω αυξημένης κυκλοφοριακής κίνησης. Ίδιαίτερη προσοχή δίνεται από το γραφείο κίνησης ώστε τα δρομολόγια να πραγματοποιούνται με το μικρότερο κόστος και τη βελτιστοποίηση του οικονομικού αποτελέσματος.

Ολοκληρώνοντας την αναφορά μας στα τουριστικά λεωφορεία κρίνεται σκόπιμο να τονιστούν οι δύο βασικοί παράμετροι που προσδιορίζουν το επίπεδο των παρεχομένων υπηρεσιών:

- Τουριστικό λεωφορείο: έτη κυκλοφορίας, καθαριότητα και ανέσεις.
- Οδηγός: καλή κατάρτιση, στολή, ξένη γλώσσα, καλή συμπεριφορά, γνώσεις για τα ξενοδοχεία για τις υπηρεσίες των pick up και transfer.

Τα παραπάνω στοιχεία καθορίζουν την ποιότητα εξυπηρέτησης και το βαθμό ικανοποίησης του πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

TOUR OPERATORS & OUTGOING
(ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ)

3.1 Ο ρόλος των tour operators

Οι Τ.Ο. αποτελούν ένα σημαντικό συντελεστή της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Είναι οι πιο συνηθισμένοι μεσολαβητές μεταξύ της τουριστικής ζήτησης (χώρες προέλευσης τουριστών ή αγορές ζήτησης) και της τουριστικής προσφοράς (χώρες υποδοχής τουριστών ή τουριστικοί προορισμοί) και βρίσκονται εγκατεστημένοι στις κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών (Δυτική Ευρώπη και Βόρεια Αμερική).

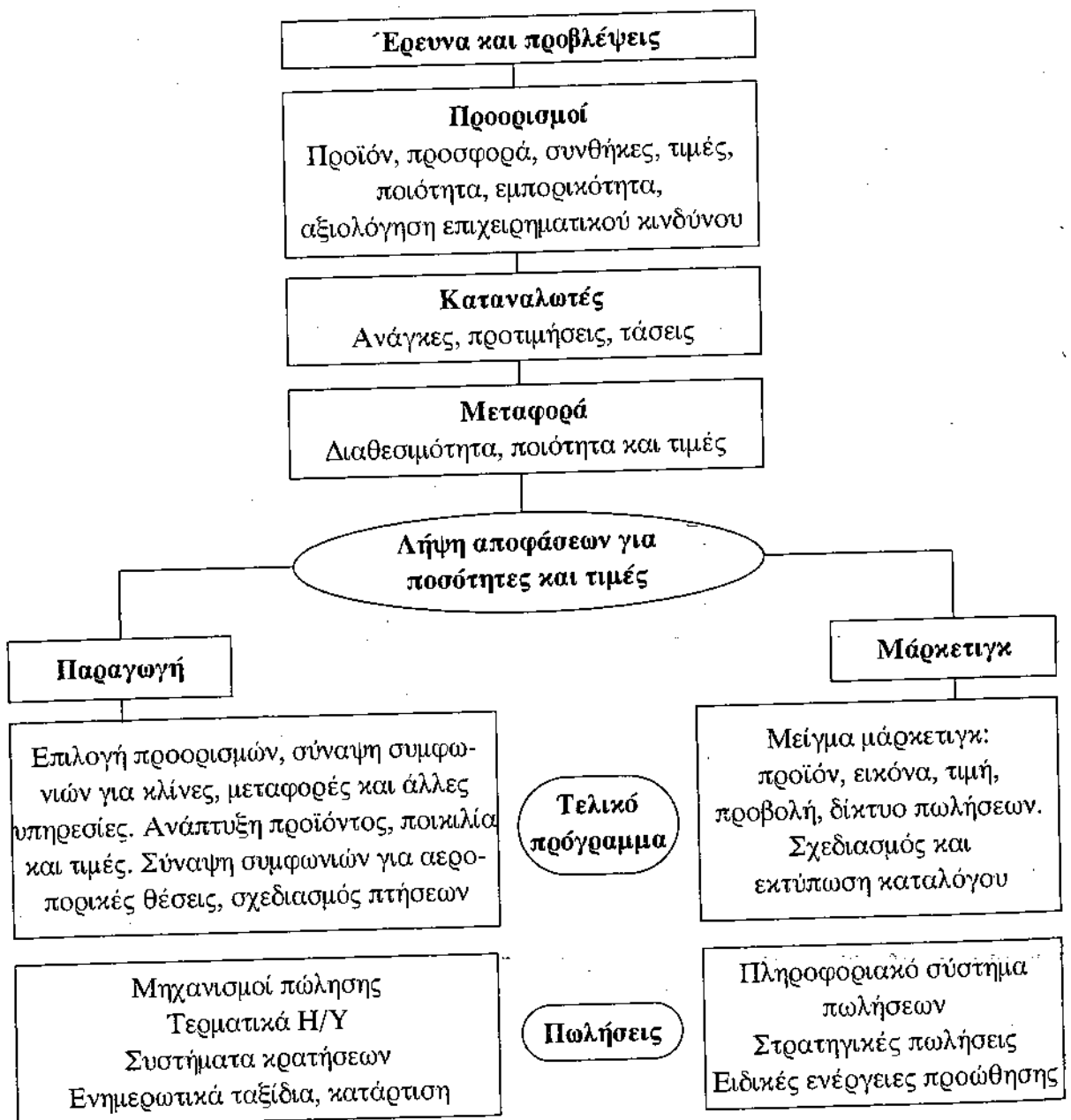
Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού ο Τ.Ο. (ή οργανωτής – παραγωγός ταξιδιών) είναι: «μία επιχείρηση υπηρεσιών η οποία προετοιμάζει, πριν εκδηλωθεί η ζήτηση, τα ταξίδια και την παραμονή των τουριστών, οργανώνοντας τα μεταφορικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κρατήσεις στα διάφορα καταλύματα και φροντίζοντας για όλες τις άλλες υπηρεσίες που απαιτούνται στον τουριστικό προορισμό (εκδρομές, αναψυχή). Αυτή η επιχείρηση προσφέρει μια σειρά υπηρεσιών (τουριστικό πακέτο) προορισμένων να πουληθούν ως ένα σύνολο, είτε άμεσα, από τα ίδια τα ταξιδιωτικά της πρακτορεία είτε έμμεσα με τη μεσολάβηση ανεξάρτητων πρακτορείων ταξιδιών, σε ομάδες ή μεμονωμένα άτομα, σε μια προκαθορισμένη τιμή και με ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής καθορισμένες εκ των προτέρων».

Οι Τ.Ο. προσπαθούν να ηγηθούν μιας οριζόντιας και κάθετης συγκέντρωσης της τουριστικής αγοράς επενδύοντας σε πρακτορεία, άλλους Τ.Ο., αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία. Επιστρατεύουν κάθε νέα τεχνολογία και τεχνογνωσία και χρησιμοποιούν εξαντλητικά το marketing για να διαμορφώσουν τη στρατηγική διάθεσης του τουριστικού προϊόντος στην αγορά, ενώ συχνά αποβλέπουν στον έλεγχο των μέσων παραγωγής. Φαίνεται ότι ο τουριστικός κλάδος μπορεί να είναι ιδιαίτερα επικερδής για το επάγγελμα των τουριστικών πρακτορείων, διότι οι μεγάλοι Τ.Ο. επεκτείνονται συνεχώς.

Οι Τ.Ο. είναι λοιπόν επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της τουριστικής βιομηχανίας. Οι επιχειρήσεις αυτές ασχολούνται αποκλειστικά με την κατάρτιση προγραμμάτων διακοπών, την προβολή και προώθηση, την πώλησή τους και γενικά τη διακίνηση μεγάλων ομάδων, ατόμων σε τακτές ημερομηνίες και ιδιόκτητα ή και μισθωμένα μέσα.

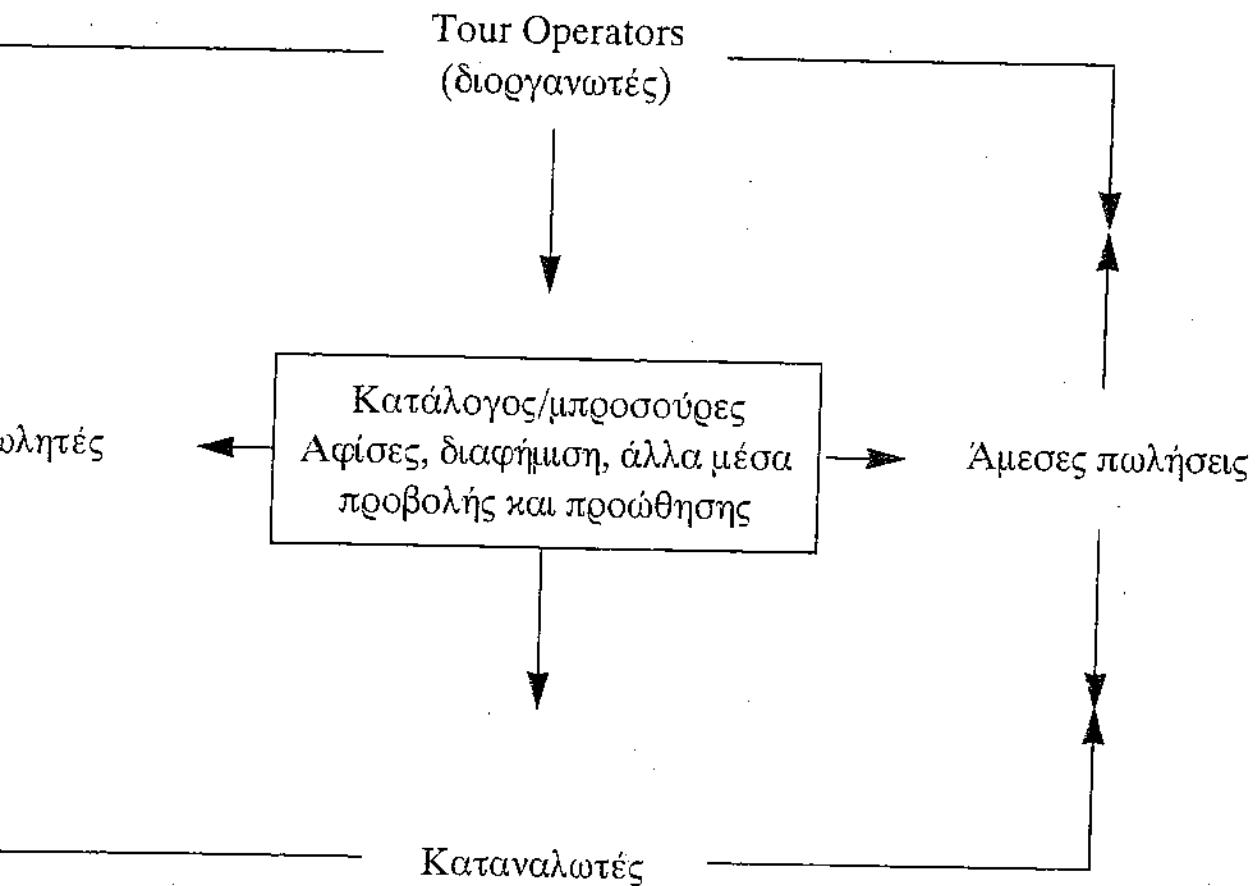
Ανάλογα με την δραστηριότητα που ασκεί ο κάθε Τ.Ο. διακρίνουμε δύο μεγάλες κατηγορίες:

Οι λειτουργίες του Τ.Ο. στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων του



(Πηγή: Doswell, R., *Tourism; How effective management makes the difference*, Butterworth-Heinemann, Oxford 1997, σ. 71)

Η διασύνδεση των Τ.Ο. με τα ταξιδιωτικά πρακτορεία-λιανοπωλητές



Doswell, R, *Tourism; How effective management makes the difference*, Heinemann, Oxford 1997, σ. 72)

- Παραγωγοί – Χονδρέμποροι: πρόκειται για τους Τ.Ο. των οποίων η δραστηριότητα περιορίζεται στην παραγωγή των τουριστικών πακέτων, τα οποία στη συνέχεια πωλούνται από το δίκτυο διανομής των ταξιδιωτικών πρακτορείων.
- Παραγωγοί – Χονδρέμποροι – Μεταπωλητές: αυτή η κατηγορία αφορά τους Τ.Ο. οι οποίοι οργανώνουν και πωλούν οι ίδιοι με τη βοήθεια των δικών τους ταξιδιωτικών πρακτορείων τα πακέτα διακοπών ή τα μεταπωλούν με τη μεσολάβηση άλλων πρακτορείων.

Το προϊόν, των Τ.Ο. είναι το πακέτο διακοπών, το οποίο είναι ένα σύνθετο προϊόν – ένα σύνολο υπηρεσιών που περιλαμβάνει μεταφορά, διαμονή, διατροφή και άλλες υπηρεσίες, για ένα ολοκληρωμένο τουριστικό ταξίδι. Το πακέτο πωλείται στους καταναλωτές – τουρίστες μέσω των τουριστικών πρακτορείων του ή των συνεργατών του σε μια καθορισμένη τιμή, με προκαθορισμένη διάρκεια.

Από τα δύο παραπάνω διαγράμματα προκύπτουν οι βασικές λειτουργίες του Τ.Ο., που είναι οι ακόλουθες:

- Σχεδιασμός και προγραμματισμός των προγραμμάτων διακοπών.
- Προβολή – προώθηση.
- Πώληση.

Οι μεγαλύτεροι Τ.Ο. ανά χώρα, έτος 1995

ΧΩΡΑ	TOUR OPERATORS	Διακινηθέντες τουρίστες 1994-95 (σε χιλιάδες)
Αγγλία	Thomson	588
	First Choice	290
	Airtour	388
	Cosmos	70
	Manos	80
Γερμανία	TUI	330
	NUR	295
	Alltour	192
	Kreützer	112
	Jahn	105
	ITS	94
	Tjaerborg	78
	Hetzel	49
Attica	62	
Ιταλία	Alpitours	70
	Comitours	60
	Costa Crociere	30
Γαλλία	Nouvelles Frontieres	130
	Vacances Heliades	130
	Jet Tours	10
Ολλανδία	Holland International	60
	Olympia	45
	Arke	35
	Evenements	30
Σουηδία	Apollo	130
	Vingresor	120
Αυστρία	Itas	180
	Touropa	190
Δανία	Spies/Tjar	113
	Star Fridt	75
Βέλγιο / Λουξεμβ.	Jet Hols	60
	Neckerman	26
	Sun International	18
Ελβετία	Kuoni	41
	Imholz	30
	Alfa	27
	Voegele	25
	Esco	17
	Parian	14
	Hotelplan	13

(Πηγή: Γραφεία Ε.Ο.Τ. εξωτερικού, 1996)

3.2 Οργανωτική δομή του Τ.Ο.

Η σωστή λειτουργία του Τ.Ο. εξαρτάται σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό από την οργανωτική δομή της εταιρείας. Τα διάφορα τμήματα που την αποτελούν είναι στενά συνδεδεμένα μεταξύ τους με αποτέλεσμα μερικές φορές να είναι δύσκολο να ταξινομηθούν οι αρμοδιότητες των τμημάτων αυτών. Παρ' όλα αυτά, επειδή η φύση της εργασίας είναι η παροχή υπηρεσιών, για το τελικό αποτέλεσμα είναι εξίσου όλοι συναρμώδιοι, οπότε απαιτείται πολύ καλή οριζόντια επικοινωνία και συντονισμός.

Το οργανόγραμμα διαρθρώνεται κατά κανόνα στις εξής διευθύνσεις/ τμήματα:

- Γενική διεύθυνση.
- Τμήμα μάρκετινγκ και σχεδιασμού προϊόντων.
- Τμήμα αγορών.
- Τμήμα πωλήσεων.
- Τμήμα υλοποίησης (Operation).
- Τμήμα διακίνησης.
- Οικονομικό τμήμα / Λογιστήριο.
- Ταξιδιωτικό πρακτορείο.
- Τμήμα παραπόνων.

α) Διεύθυνση. Είναι το τμήμα που παίρνει τις σημαντικότερες αποφάσεις σχετικά με την οργάνωση, διοίκηση και λειτουργία του Τ.Ο.. Δύο είναι οι σημαντικές αποφάσεις που θα πρέπει να πάρει:

- Επιλογή του ταξιδιωτικού πρακτορείου – ανταποκριτή σε κάθε τουριστικό προορισμό. Η συνεργασία επικυρώνεται με το συμβόλαιο αντιπροσώπευσης. Για την επιλογή του τουριστικού πρακτορείου – τοπικού ανταποκριτή πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι εξής παράγοντες: η αξιοπιστία και η καλή επαγγελματική φήμη στην τοπική αγορά, η συνέπεια τήρησης των όρων συμβολαίου αντιπροσώπευσης, το επίπεδο χρεώσεων για τις παρεχόμενες υπηρεσίες, η μη αντιπροσώπευση και άλλων ανταγωνιστών Τ.Ο. στην ίδια αγορά, τέλος ιδιαίτερης σημασίας κρίνεται η κατάλληλη οργάνωση και υποδομή, δηλαδή έμπειρο προσωπικό, τουριστικά λεωφορεία, γραφειακές εγκαταστάσεις, υποκαταστήματα κ.λ.π.

- Επιλογή της αεροπορικής εταιρείας για ναύλωση θέσεων. Στη σύμβαση συνεργασίας με την αεροπορική εταιρεία περιλαμβάνονται οι παρακάτω όροι: πριν από κάθε ταξίδι θα πρέπει να παραδίδεται στον Τ.Ο. έγγραφη βεβαίωση ότι το αεροσκάφος είναι σε θέση να εκτελέσει την πτήση. Την ευθύνη για τυχόν βλάβη ή δυστύχημα κατά τη διάρκεια της πτήσης την αναλαμβάνει αποκλειστικά η αεροπορική εταιρεία. Επιπλέον μια φορά το μήνα ο Τ.Ο. με δικούς του υπαλλήλους θα ελέγχει την κατάσταση των αεροσκαφών για να επιβεβαιώσουν τις εκθέσεις των υπαλλήλων της αεροπορικής εταιρείας. Σε περίπτωση σοβαρής ασυμφωνίας, η σύμβαση διακόπτεται αμέσως και η αεροπορική εταιρεία θα καταβάλει ως αποζημίωση ένα υπέρογκο ποσό, που καθορίζεται στη σύμβαση.

Μετά τη λήψη αυτών των δύο βασικών αποφάσεων, χρειάζεται συνεχής εποπτεία και έλεγχος για το κατά πόσον οι δύο βασικοί συνεργάτες του Τ.Ο. τηρούν τους όρους των συμβάσεων. Η πιο άμεση και ενδεδειγμένη άποψη είναι εκείνη των ίδιων των πελατών και αυτό γίνεται σχετικά εύκολα με τη διανομή και συμπλήρωση ενός ερωτηματολογίου κατά τη διάρκεια της πτήσης επιστροφής τους. Περιλαμβάνει ερωτήματα αναφορικά με τις υπηρεσίες της αεροπορικής εταιρείας, το transfer, το ξενοδοχείο, τους reps και τα πιθανά παράπονα που ενδεχομένως θα προκύψουν.

β) Τμήμα μάρκετινγκ και σχεδιασμού προϊόντων. Το τμήμα marketing αποτελεί ένα από τα βασικότερα τμήματα των τουριστικών πρακτορείων outgoing. Έχει την ευθύνη της προβολής της εταιρείας και της προώθησης των πωλήσεων της, με όλα τα μέσα και τεχνικές του μάρκετινγκ. Ειδικότερα ασχολείται με τα εξής:

- Ενημέρωση και πληροφόρηση.
- Παραγωγή διαφημιστικών εντύπων.
- Πραγματοποίηση επισκέψεων και ενημερωτικών παρουσιάσεων στα ταξιδιωτικά πρακτορεία – λιανοπωλητές.
- Παρουσίαση του καταλόγου σε ειδικές εκδηλώσεις.
- Πληροφόρηση για νέα προϊόντα.
- Ομαδικές και επαγγελματικές ενημερωτικές ημερίδες.
- Διαφήμιση.

Επιπλέον ερευνά και μελετά τις διαθέσεις της πελατείας απέναντι στον τουρισμό, ερευνά για νέους τουριστικούς προορισμούς, διευκρινίζει τις συνθήκες που

επικρατούν στους προορισμούς αυτούς και τελικά είναι το τμήμα το οποίο προτείνει και μετά από ελέγχους διαμορφώνει τα πακέτα που θα διοχετευθούν στην αγορά.

γ) Τμήμα αγορών. Η κύρια ευθύνη του τμήματος συνίσταται στην εξασφάλιση των απαραίτητων προϋποθέσεων για την εκτέλεση / υλοποίηση του πακέτου διακοπών: αεροπορική εταιρεία και πτήσεις, καταλύματα, τουριστικά λεωφορεία, παραγωγή και έκδοση της μπροσούρας. Οι αρμοδιότητες του τμήματος περιλαμβάνουν:

- Διατήρηση στενής και συνεχούς συνεργασίας με το τμήμα πωλήσεων για τον έλεγχο της ορθότητας των επιλογών, έτσι ώστε ο Τ.Ο. να είναι ανταγωνιστικός στην αγορά.
- Συνεχή και πολύπλευρη ενημέρωση για τις προτιμήσεις των καταναλωτών και τις τάσεις της αγοράς.
- Άμεση αντίληψη με επιτόπιες επισκέψεις στους διάφορους προορισμούς.
- Παρακολούθηση των συνθηκών αγοράς και των επιχειρηματικών κινήσεων των ανταγωνιστών.
- Συνεχή επικοινωνία με τον τόπο προορισμού των πελατών.
- Σύναψη συμβολαίων allotment με τα ξενοδοχεία.
- Συγκέντρωση των περιγραφών και των slides των επιλεγόντων ξενοδοχείων για την εκτύπωση της μπροσούρας. Ελέγχονται προσεκτικά και στη συνέχεια αποστέλλονται πίσω στο τοπικό ταξιδιωτικό πρακτορείο ή στο ξενοδοχείο για πλήρη επιβεβαίωση. Έτσι περιορίζεται η πιθανότητα ανακριβούς πληροφόρησης του πελάτη. Στη συνέχεια το υλικό αποστέλλεται στην τυπογραφική εταιρεία για την εκτύπωση.

δ) Τμήμα πωλήσεων. Στο νευραλγικό αυτό τμήμα επιβεβαιώνεται η ορθότητα των αποφάσεων ως προς τις διάφορες επιλογές και συνεργασίες. Το τμήμα πωλήσεων ασχολείται με τις πωλήσεις: σε τουριστικά γραφεία της χώρας όπου εδρεύει ο Τ.Ο. αλλά και εκτός της χώρας που εδρεύει ο Τ.Ο., σε incoming τουριστικά πρακτορεία στις χώρες των τουριστικών προορισμών και τέλος ασχολείται με τις πωλήσεις σε μεμονωμένους πελάτες (individuals) διαμέσου γραφείων πώλησης του Τ.Ο.

Οι ευθύνες και εργασίες του τμήματος σχετίζονται με τα εξής:

- Έκδοση καταλόγου και πλήρης γνώση του από μέρος των πωλητών.

- Κάθε προορισμός, ανάλογα με τον αριθμό των τουριστών που διακινεί αποτελεί ξεχωριστό τμήμα. Ο ρόλος των υποτιμημάτων αυτών είναι συντονιστικός. Βασικά εκτελούνται οι εξής εργασίες:
- Συντονισμός ως προς τον έλεγχο των allotments, αλλά και των release periods των ξενοδοχείων.
 - Κρατήσεις δωματίων στα ξενοδοχεία.
 - Last minutes booking. Οι κρατήσεις αυτές είναι σχεδόν πάντα on request, εκτός από τις περιπτώσεις που υπάρχει ειδική προσφορά (special offer). Σε κάθε περίπτωση αποκτείται ταχύτητα για έγκαιρη ενημέρωση του τοπικού αντιπροσώπου και του ξενοδοχείου για την άφιξη του πελάτη.
 - Έλεγχος και αποστολή εισιτηρίων και voucher στους πελάτες 21 ημέρες πριν την ημερομηνία αναχώρησής τους.
 - Έλεγχος και προετοιμασία του co-mail, δηλαδή των booking positions και όλου του άλλου υλικού που πρέπει να αποσταλεί στο πρακτορείο – τοπικό αντιπρόσωπο για τον επόμενο μήνα.
 - Έλεγχος των ονομαστικών καταστάσεων και αποστολή αυτών στην αεροπορική εταιρεία και στο τοπικό πρακτορείο – ανταποκριτή.

ε) Οικονομικό τμήμα – Λογιστήριο. Το τμήμα αυτό ελέγχει τους λογαριασμούς που αφορούν απαιτήσεις (εισπράξεις) και υποχρεώσεις (πληρωμές) της εταιρείας. Ουσιαστικά πρόκειται για έναν έλεγχο των παραστατικών εισπράξεων και πληρωμών του Τ.Ο., σύμφωνα με τα συμβόλαια που έχουν υπογραφεί. Υπάρχουν δύο κατηγορίες ελέγχου:

- Έλεγχος των λογαριασμών που αποστέλλει το πρακτορείο – αντιπρόσωπος για τα ξενοδοχεία, transfers και άλλες υπηρεσίες. Όλες οι τιμές που χρεώνονται πρέπει να έχουν δοθεί γραπτά και να έχουν γίνει αποδεκτές εγγράφως και από τα δύο μέρη.
- Έλεγχος των ποσών εισπράξεων που στέλνουν τα ταξιδιωτικά πρακτορεία στον Τ.Ο. για πωλήσεις πακέτων του καταλόγου του. Στη συνέχεια θα γίνει η εκκαθάριση για την καταβολή της προμήθειας.

Οι ταμειακές καταστάσεις (εισπράξεις – πληρωμές) συγκειτρώνονται και παραδίδονται στο λογιστήριο.

στ) Ταξιδιωτικό πρακτορείο. Είναι το μοναδικό τμήμα της ειαχείρησης που έχει άμεση επαφή με τον τουρίστα που θα κάνει διακοπές / ταξίδι και πουλάει αποκλειστικά πακέτα / προϊόντα από τον κατάλογο του Τ.Ο. η επιτυχία του τμήματος εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό από την εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού. Πρέπει να είναι σωστό και έγκαιρα ενημερωμένο για όλους τους προσφερόμενους προορισμούς, για τα ξενοδοχεία και τις ειδικές προσφορές που υπάρχουν κατά χρονικά διαστήματα.

Η διαδικασία πώλησης περιλαμβάνει τα εξής:

- Σε πρώτη φάση συμπληρώνεται ένα έντυπο στο οποίο αναφέρονται όλες οι απαραίτητες λεπτομέρειες: που, πότε, πόσα άτομα, το ξενοδοχείο, η πτήση και κάποιες ιδιαίτερες επιθυμίες του πελάτη – τουρίστα.
- Στη συνέχεια καταβάλλεται μια προκαταβολή και σημειώνεται το υπόλοιπο της οφειλής που πρέπει να εξοφληθεί πριν την αναχώρηση του πελάτη.

ζ) Τμήμα παραπόνων. Είναι το τμήμα παραλαβής, διερεύνησης και αντιμετώπισης των παραπόνων πελατών. Στην περίπτωση που ο πελάτης είναι δυσαρεστημένος για μια υπηρεσία του πακέτου διακοπών (κατάλυμα, διατροφή, πτήση, λεωφορείο, κ.λ.π.), έχει το δικαίωμα να απευθυνθεί στο τμήμα και να ζητήσει επιστροφή χρημάτων για τις υπηρεσίες που πλήρωσε αλλά δεν του παρασχέθηκαν. Μπορεί επίσης να διεκδικήσει αποζημίωση εάν πιστεύει ότι ο Τ.Ο. με δική του υπαιτιότητα δεν ανταποκρίθηκε στις υποχρεώσεις του ή του προκάλεσε ψυχική οδύνη. Αποδεκτά γίνονται μόνο τα παράπονα που έχουν διατυπωθεί εγγράφως από τον ίδιο τον πελάτη. Τα παράπονα που φτάνουν στην εταιρεία μαζί με την αλληλογραφία – φάκελο του πελάτη καταλήγουν στο τμήμα παραπόνων ώστε να διερευνηθούν. Στη συνέχεια ζητείται, από το τοπικό πρακτορείο ή την αεροπορική εταιρεία να εκθέσουν τη δική τους άποψη. Με τη διασταύρωση των στοιχείων κρίνεται κατά πόσον ο πελάτης έχει δίκιο και το παράπονό του είναι βάσιμο.

Οι απαντήσεις στα παράπονα είναι όλες γραπτές και υπογεγραμμένες από τον υπεύθυνο του τμήματος. Τα στοιχεία παραπόνων υπόκεινται σε στατιστική επεξεργασία από το τμήμα παραγωγής για την εξαγωγή των σχετικών συμπερασμάτων και τον επαναπροσδιορισμό των επιλογών σχετικά με τους προμηθευτές υπηρεσιών.

3.3 Εκπρόσωπος του πρακτορείου

Κάθε πρακτορείο οφείλει να έχει έναν αντιπρόσωπό του στη χώρα που κατευθύνει την πελατεία της. Πολλά πρακτορεία *outing* συνεργάζονται με γραφεία *incoming* στις χώρες υποδοχής, αλλά και σε αυτές τις περιπτώσεις διατηρούν στον τουριστικό προορισμό έναν εκπρόσωπο του γραφείου, ο οποίος έχει την εθνικότητα της διακινούμενης πελατείας. Ο εκπρόσωπος αυτός έχει σαν καθήκον να προστατεύει τα συμφέροντα του πρακτορείου στον τουριστικό προορισμό και να εξυπηρετεί τους πελάτες του πρακτορείου.

3.4 Πριν την αναχώρηση του πελάτη

Οι Τ.Ο. δίνουν διάφορα κίνητρα στους διστακτικούς πελάτες για ν' αποδεχτούν την τουριστική κατανάλωση. Στην προσπάθεια αυτή, αποπειρώνται να λύσουν για λογαριασμό του πελάτη τα προβλήματα που εμποδίζουν την αναχώρησή του. Έτσι προτείνουν στους πελάτες τους συνεργαζόμενες εταιρείες, οι οποίες αναλαμβάνουν:

- Τη φύλαξη του σπιτιού.
- Τη φύλαξη τιμαλφών σε χρηματοκιβώτια.
- Τη φύλαξη παιδιών δε ειδικά παιδικά οικοτροφεία ή στο σπίτι των πελατών.
- Την περιποίηση ηλικιωμένων.
- Την περιποίηση ατόμων με ειδικές ανάγκες.
- Τη φύλαξη ζώων.

Πολλοί Τ.Ο. δίνουν λύσεις για τη μεταφορά από το σπίτι στο αεροδρόμιο με κάποιον από τους παρακάτω τρόπους:

- Προσφορά δωρεάν εισιτηρίων για μέσα μαζικής συγκοινωνίας, όπως λεωφορείο, τραμ, μετρό κ.λ.π.
- Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου που παραδίδεται στο σπίτι των πελατών και παραλαμβάνεται στο αεροδρόμιο, η οποία χρεώνεται ανάλογα.
- Δρομολόγηση τουριστικού λεωφορείου, το οποίο παραλαμβάνει τους τουρίστες από τα σπίτια τους ή από κεντρικά σημεία της πόλης τους.

- Υπηρεσία ταξί ή λιμουζίνας, η οποία χρεώνεται ανάλογα.
- Σιδηροδρομική μεταφορά με μειωμένο εισιτήριο (rail and fly).
- Στην περίπτωση που οι πελάτες ζουν σε απόσταση από το αεροδρόμιο, προσφέρεται υπηρεσία καταλύματος κοντά στο αεροδρόμιο (hotel and fly) με τη δυνατότητα παρκαρίσματος του αυτοκινήτου στο χώρο στάθμευσης του ξενοδοχείου (park and fly), όσο διαρκέσει το τουριστικό ταξίδι.

3.5 Στον τουριστικό προορισμό

Οι Τ.Ο. στους τόπους προορισμού συνεργάζονται με incoming τουριστικά γραφεία ή ιδρύουν δικά τους. Τα γραφεία αυτά αναλαμβάνουν το transfer, που μπορεί να γίνει με πολλά και διάφορα μέσα, όπως:

- Λεωφορείο το οποίο μπορεί ν' ανήκει στο πρακτορείο ή στο ξενοδοχείο, να συνεργάζεται συστηματικά με το πρακτορείο ή να έχει ενοικιαστεί για το συγκεκριμένο transfer.
- Ταξί ναυλωμένο από το πρακτορείο.
- Νοικιασμένο αυτοκίνητο ή μοτοσικλέτα, το οποίο παραλαμβάνει ο πελάτης στο αεροδρόμιο.
- Πλοίο.
- Αεροπλάνο, όπως σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς της Κεντρικής Αφρικής.

Στον τουριστικό προορισμό περιμένει τους πελάτες ο αρμόδιος εκπρόσωπος του Τ.Ο., ο οποίος τους συνοδεύει στο κατάλυμα, επιβλέπει τη διαδικασία check in, λύνει κάθε πρόβλημα που παρουσιάζεται, λύνει τις απορίες, απαντά στις ερωτήσεις των πελατών και τους εξηγεί με ποιόν τρόπο μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί του, αν χρειαστεί.

Επίσης αναλαμβάνει το έργο διαμεσολάβησης για διάφορες ανάγκες των πελατών, όπως ανταλλαγή συναλλάγματος, πώληση εκδρομών που οργανώνουν άλλα γραφεία κι ενοικίαση αυτοκινήτων ή μοτοσικλετών.

3.6 Μετά την επιστροφή του πελάτη

Μετά την επιστροφή του πελάτη, οργανώνεται το αντίστροφο ταξίδι από το αεροδρόμιο μέχρι το σπίτι του, στην περίπτωση που υπάρχει ανάλογη συμφωνία.

3.7 Ασφάλιση

Ορισμένοι Τ.Ο. συμπεριλαμβάνουν μέσα στην τιμή του πακέτου την πλήρη ασφαλιστική κάλυψη των πελατών τους, ενώ άλλοι όχι. Στην περίπτωση που παρέχουν ασφάλιση, οι εταιρείες αυτές, τις περισσότερες φορές είναι ειδικευμένες στο είδος της τουριστικής – ταξιδιωτικής ασφάλισης και αποτελούν θυγατρικές μεγάλων ασφαλιστικών εταιρειών. Ορισμένοι μικροί Τ.Ο. συμπεριλαμβάνουν μερική ασφάλιση και ο πελάτης έχει το δικαίωμα να την επεκτείνει.

Αναλυτικά τα είδη – τομείς των επιπλέον παροχών αυτής της ασφάλισης που ο ταξιδιώτης ή ο Τ.Ο. μπορούν να διαλέξουν σε σύνολο ή ξεχωριστά, είναι:

- Ασφάλιση για την περίπτωση μη πραγματοποίησης ή διακοπής του ταξιδιού, όταν συντρέχει πολύ σοβαρός λόγος, όπως θάνατος, ασθένεια ή ατύχημα του ταξιδιώτη. Η ασφαλιστική εταιρεία αναλαμβάνει την κάλυψη των εξόδων, που προκύπτουν εξαιτίας του γεγονότος αυτού.
- Ασφάλιση για την περίπτωση κλοπής, απώλειας ή καταστροφής των αποσκευών, για ποσά μεγαλύτερα από αυτά που προβλέπονται από την ασφάλιση των αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχείων κ.λ.π.
- Ασφάλιση για αστική ευθύνη έναντι προσώπων και πραγμάτων.
- Ασφαλιστική κάλυψη των εξόδων ιατροφαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης στο εξωτερικό, συμπεριλαμβανομένων και των εξόδων επιστροφής του ασθενούς.
- Ασφάλιση για περίπτωση ατυχήματος, κάλυψη των εξόδων που αυτό συνεπάγεται και καταβολή ποσών «αποζημίωσης» για θάνατο ή αναπηρία.

3.8 Τουριστικό πακέτο

Το τουριστικό πακέτο είναι ένα οργανωμένο ταξίδι σύμφωνα με ένα αναλυτικό πρόγραμμα, το οποίο περιλαμβάνει ένα σύνολο τουριστικών υπηρεσιών, προσφερόμενο σε μια δεδομένη τιμή, καθορισμένη εκ των προτέρων. Ένα τουριστικό πακέτο (Package ή Inclusive Tour ή Voyage a Forfait), σύμφωνα με τον ορισμό που δόθηκε από τον οικονομολόγο Andre Perrault, ορίζεται ως εξής:

Είναι ένα ταξίδι με κύρια επιδίωξη τις διακοπές / αναψυχή το οποίο είναι:

- κατασκευασμένο εκ των προτέρων σε όλες του τις λεπτομέρειες (διαδρομές, καταλύματα, εκδρομές) ή μερικώς (διαμονή) από έναν Tour Operator σε μια συνολική / ενιαία τιμή, η οποία καλύπτει κατά το ελάχιστο την παραμονή και κατά το μέγιστο τη μεταφορά (ταξίδι μετ'επιστροφής) τις δαπάνες του καταλύματος και της διατροφής, τις δαπάνες αναψυχής ή όλες τις άλλες υπηρεσίες που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα και παρέχονται στον τουρίστα, όπως οι εκδρομές κ.λ.π.
- προσφερόμενο στους καταναλωτές από τον Τ.Ο. με την υποστήριξη της κατάλληλης προβολής και διαφήμισης (καταλόγων, brochures, διαφημιστικών φυλλαδίων κ.λ.π.).
- πληρωμένο εξ ολοκλήρου πριν την έναρξη του ταξιδιού.

Τα τουριστικά πακέτα αποτελούν προϊόντα με μικρό όριο ζωής, το οποίο συνήθως φθάνει τις δύο εβδομάδες. Ο κύριος όγκος τους αγοράζεται από κατοίκους ανεπτυγμένων χωρών κι έχουν σκοπό να καλύψουν τις τουριστικές ανάγκες τεράστιου κι ετερογενούς πληθυσμού. Τα τουριστικά πακέτα αγοράζονται από ανθρώπους διαφορετικών εθνικοτήτων, διαφορετικής κοινωνικής και οικονομικής στάθμης, διαφορετικής οικογενειακής κατάστασης κ.λ.π. Η μαζική ζήτηση αυτών των προϊόντων, από διαφορετικού τύπου πελατεία, έχει οδηγήσει σε μια ποικιλία στη μορφή του. Οι διακρίσεις των τουριστικών πακέτων διαμορφώνονται γύρω από τρεις παραμέτρους:

- τη φύση του χρησιμοποιούμενου μέσου μεταφοράς (αεροπλάνο, τρένο, πλοίο, λεωφορείο).
- το βαθμό ελευθερίας που έχει ο τουρίστας που είναι συνάρτηση του αριθμού των υπηρεσιών που περιλαμβάνονται στο πακέτο.

- τον τρόπο κατάρτισης / διαμόρφωσης του πακέτου κατά παραγγελία (tailor made) ή προκατασκευασμένο (ready made).

Ορισμένα βασικά πακέτα είναι: Πακέτα περιήγησης, κρουαζιέρες ή Fly and Sail, Fly and Drive. Διακοπές ομαδικής ψυχαγωγίας και άθλησης ή Club Tours, πακέτα που περιλαμβάνουν τα πάντα ή full inclusive, Αθλητικά πακέτα ή Fly and Hotel, Πακέτα συνεδρίων, Πακέτα συνδυασμών, Πακέτα εκθέσεων, Πακέτα κινήτρων, Πακέτα κατ' επιλογήν του πελάτη ή A la Carte.

Πέρα από τα παραπάνω πακέτα, ανάλογα με τη ζήτηση διαμορφώνονται διάφοροι τύποι πακέτων, όπως: Πακέτα θεραπευτικού τουρισμού, Πακέτα περιηγητικά – θρησκευτικού τουρισμού, πακέτα φοιτητικού τουρισμού, κ.λ.π.

Ο σχεδιασμός των πακέτων που θα διοχετευθούν στην αγορά γίνεται σύμφωνα με:

- Τις προτιμήσεις του πελάτη. Στην περίπτωση αυτή ο πελάτης επισκέπτεται το πρακτορείο και συζητά με τους αρμόδιους της παραγωγής, τις προσωπικές του τουριστικές επιθυμίες, έτσι ώστε τελικά διαμορφώνεται και τιμολογείται ένα προσωπικό τουριστικό πακέτο.
- Επιλογή πρακτορείου. Στην περίπτωση που αποτελεί και το κύριο έργο των πρακτορείων outgoing, το πρακτορείο διαμορφώνει ένα σύνολο προγραμμάτων διακοπών στο εξωτερικό και ο πελάτης στη συνέχεια επιλέγει κάποιο από αυτό.
- Διάφορα γεγονότα που δημιουργούν ειδικές ανάγκες στην αγορά, όπως εκθέσεις, συνέδρια, αθλητικές εκδηλώσεις κ.λ.π.

1^η Ημέρα: Αθήνα - Βιέννη

Εγγραφή στο αεροδρόμιο «Ελ. Ζέλλος», επιβίβαση στο αεροπλάνο και πτήση για Βιέννη. Άφιξη, μεταφορά στο ξενοδοχείο και τακτοποίηση στα δωμάτια. Πρώτη ημέρα ελεύθερη για μια πρώτη γνωριμία με την πόλη. Διανύση.

2^η Ημέρα: Βιέννη

Πρωί και η σημερινή ημέρα ξεκινάει με την περιήγηση της πόλης. Ανάκτορα, κλασικά κτίρια και εκκλησίες είναι αυτά που δίνουν την ομορφιά της αυστριακής πρωτεύουσας. Θα επισκεφθούμε την Πλατεία, το Πανεπιστήμιο, το Κοινοβούλιο, το επιβλητικό ναό του Αγίου Στεφάνου και το χειμερινό ανάκτορο Χάφμπουργκ. Μεταφορά στο Ξενοδοχείο για ξεκούραση και πρωινό ελεύθερο. Διανυκτέρευση.

3^η Ημέρα:

Βιέννη - Δάση Μάγιερλινγκ

Από το πρωί ακολουθεί εκδρομή με το πολυτραγουδιωμένο δάση της Μάγιερλινγκ. Περνώντας από το κάστρο του Ροδόλφου θα δούμε το Χέλιγκεκροτς, το γοτθικό και ρωμανέσκ ρυθμού κτίριο. Στη συνέχεια θα επισκεφθούμε το κάστρο Μάγιερλινγκ, που έζησε το μοναδικό έρωτα του Αρχιδούκα Ροδόλφου και της βαρβάρης Μαρίας Βετσέρα. Μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση για Αθήνα. Χρόνος ελεύθερος για ξεκούραση. Διανυκτέρευση.

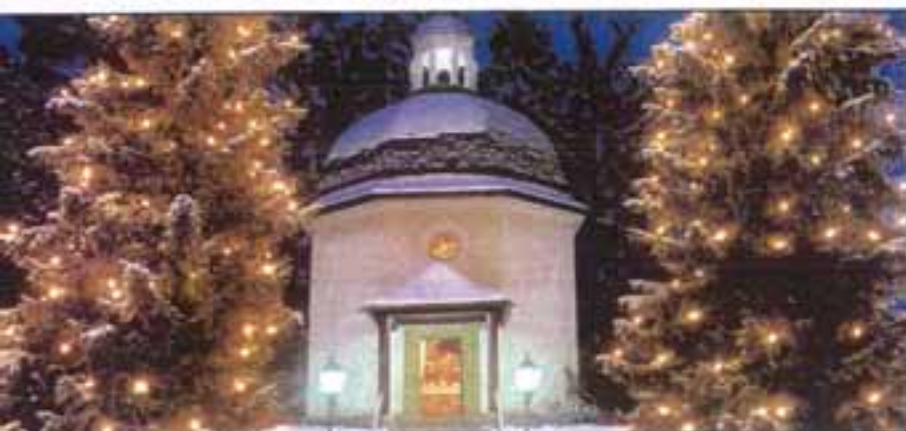


4^η Ημέρα: Βιέννη - Αθήνα

Την τελευταία ημέρα της εκδρομής μας, αφού προγευματίσουμε, θα υπάρξει ελεύθερος χρόνος για τις τελευταίες σας βόλτες στην αγορά της πόλης. Αργά το απόγευμα μεταφορά στο αεροδρόμιο όπου θα ακολουθήσει η πτήση για την Αθήνα.

ΤΕΛΟΣ ΕΚΔΡΟΜΗΣ

Τιμή κατ' άτομο: **519 €**



4 ημέρες
(αεροπορικώς)

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

- Αεροπορικά εισιτήρια ΑΘΗΝΑ-ΒΙΕΝΝΗ-ΑΘΗΝΑ, με απευθείας πτήσεις.
- 3 διανυκτερεύσεις σε Ξενοδοχείο 4 αστέρων, σε δίκλινο ή τρίκλινο δωμάτιο.
- Πρωινό καθημερινά (3 πρωινά).
- 1 γεύμα σε τοπικό εστιατόριο.
- Μεταφορές, περιηγήσεις του προγράμματος με κλιματιζόμενο λεωφορείο.
- Έμπειρο αρχηγό/αυτοδό του γραφείου μας.
- Περιήγηση της Βιέννης.
- Εκδρομή στα Δάση Μάγιερλινγκ.
- Ασφαλιστική κάλυψη.
- Φ.Π.Α.

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

Φόρους αεροδρομίων, Εισιτήρια σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Ό,τι δεν αναφέρεται στο πρόγραμμα ή αναφέρεται ως προαιρετικό.



3.8.1 Tour Operating

(σύνθεση, σχεδιασμός και εκτέλεση πακέτου)

Το tour operating, δηλαδή η σύνθεση, ο σχεδιασμός και η εκτέλεση ενός προγράμματος – πακέτου διακοπών είναι ένα ιδιαίτερα σύνθετο έργο. Απαιτεί ικανότητα, καλή γνώση του προϊόντος, φαντασία και μεγάλη κείρα. Ο Τ.Ο. προκειμένου να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις που δημιουργεί η παραγωγή και προσφορά του τουριστικού πακέτου στους καταναλωτές – τουρίστες, πρέπει να εξασφαλίσει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις, συγκεκριμένα:

- Να εξασφαλίσει έναν αριθμό θέσεων στα διάφορα μέσα μεταφοράς, είτε αυτά αφορούν ναυλωμένες πτήσεις (charters) είτε τακτικές πτήσεις είτε τη χρησιμοποίηση άλλων μέσων πέραν του αεροπλάνου: πλοίο, λεωφορείο, τρένο.
- Να εξασφαλίσει έναν αριθμό δωματίων στα διάφορα καταλύματα που έχει επιλέξει. Αυτό μπορεί να γίνει με την υπογραφή σύμβασης allotment απευθείας με τα ξενοδοχεία ή με τη διαμεσολάβηση κάποιου τοπικού πρακτορείου.
- Να συνάψει συμβάσεις συνεργασίας – άμεσα ή έμμεσα – με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις παροχής συμπληρωματικών υπηρεσιών: λεωφορεία ή ταξιδιωτικά πρακτορεία για τοπικές εκδρομές, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, ψυχαγωγικές δραστηριότητες κ.λ.π.

Όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν μια πλήρη και ολοκληρωμένη έρευνα αγοράς, ώστε πρώτα να εκτιμηθεί η ζήτηση για διακοπές για έναν προορισμό και κατόπιν να προβεί στη σύναψη των διαφόρων συμβάσεων συνεργασίας.

Ο σχεδιασμός του προγράμματος εκπονείται από το τμήμα μάρκετινγκ. Το πρόγραμμα πρέπει να πληρεί τους επιθυμητούς στόχους πωλήσεων να προσφέρει στους πελάτες καλές διακοπές και να αποφέρει στον Τ.Ο. ένα κέρδος.

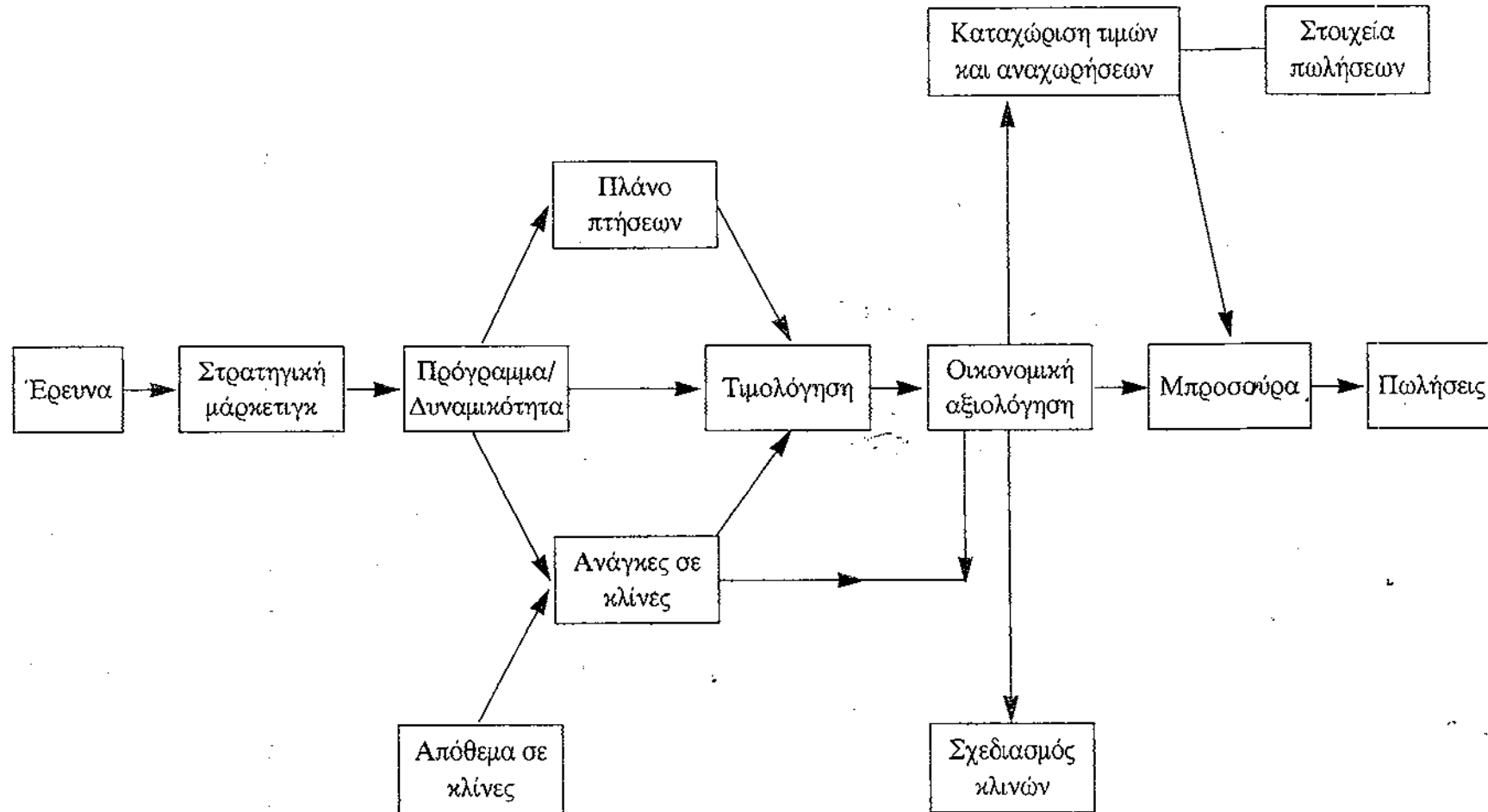
Ο Τ.Ο. λαμβάνει υπόψη του:

- τις ανάγκες των δυνητικών ή υφισταμένων τουριστών
- το τουριστικό προϊόν που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες αυτές
- την κατάλληλη τελική τιμή του προϊόντος – πακέτου
- την ενδεδειγμένη προβολή και προώθηση των πωλήσεων.

Δηλαδή, οι σημαντικότεροι παράγοντες στη δημιουργία ενός πακέτου διακοπών είναι ο προορισμός, το μεταφορικό μέσο και οι υπηρεσίες στον προορισμό.

Οι εργασίες του Τ.Ο. για τη σύνθεση και εκτέλεση των πακέτων είναι:

Σχεδιασμός του operating ευρείας κλίμακας - Επιχειρησιακές ενέργειες



(Πηγή: Beaver, A. (ed), *Mind your own Travel Business - A Manual of Retail Travel Practice* (2nd ed.), Beaver Travel Ltd., Edgware 1980, σ. 362)

1^η φάση – Ανάλυση αγοράς: προσδιορισμός της ζήτησης. Υπάρχουν δύο περιπτώσεις:

- Ο πελάτης προσέρχεται και διατυπώνει στον Τ.Ο. την επιθυμία του. Στην περίπτωση αυτή ο Τ.Ο. προσπαθεί να διαπιστώσει τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τις οικονομικές δυνατότητες του πελάτη δίνοντας βάση στα εξής σημεία: προορισμός, τύπος πακέτου, περιεχόμενο του ταξιδιού, ημερομηνίες, διάρκεια του ταξιδιού, επίπεδα τιμών και ιδιαίτερες επιθυμητές υπηρεσίες.
- Ο Τ.Ο. πραγματοποιεί μια έρευνα αγοράς για τον προσδιορισμό της δυνητικής ζήτησης. Η έρευνα πρέπει πάνω απ' όλα να εξετάσει τα κίνητρα του πελάτη, δηλαδή τι περιμένει από τις διακοπές του και ποιες είναι οι απαιτήσεις και προσδοκίες του. Στην περίπτωση αυτή, το χρησιμοποιούμενο εργαλείο είναι ένα ερωτηματολόγιο το οποίο θα πρέπει να εντοπίσει την ύπαρξη μιας πρόθεσης διακοπών και μια αγοραστική δύναμη.

2^η φάση – Στάδιο της παραγωγής: εξασφάλιση προϋποθέσεων / υπηρεσιών.

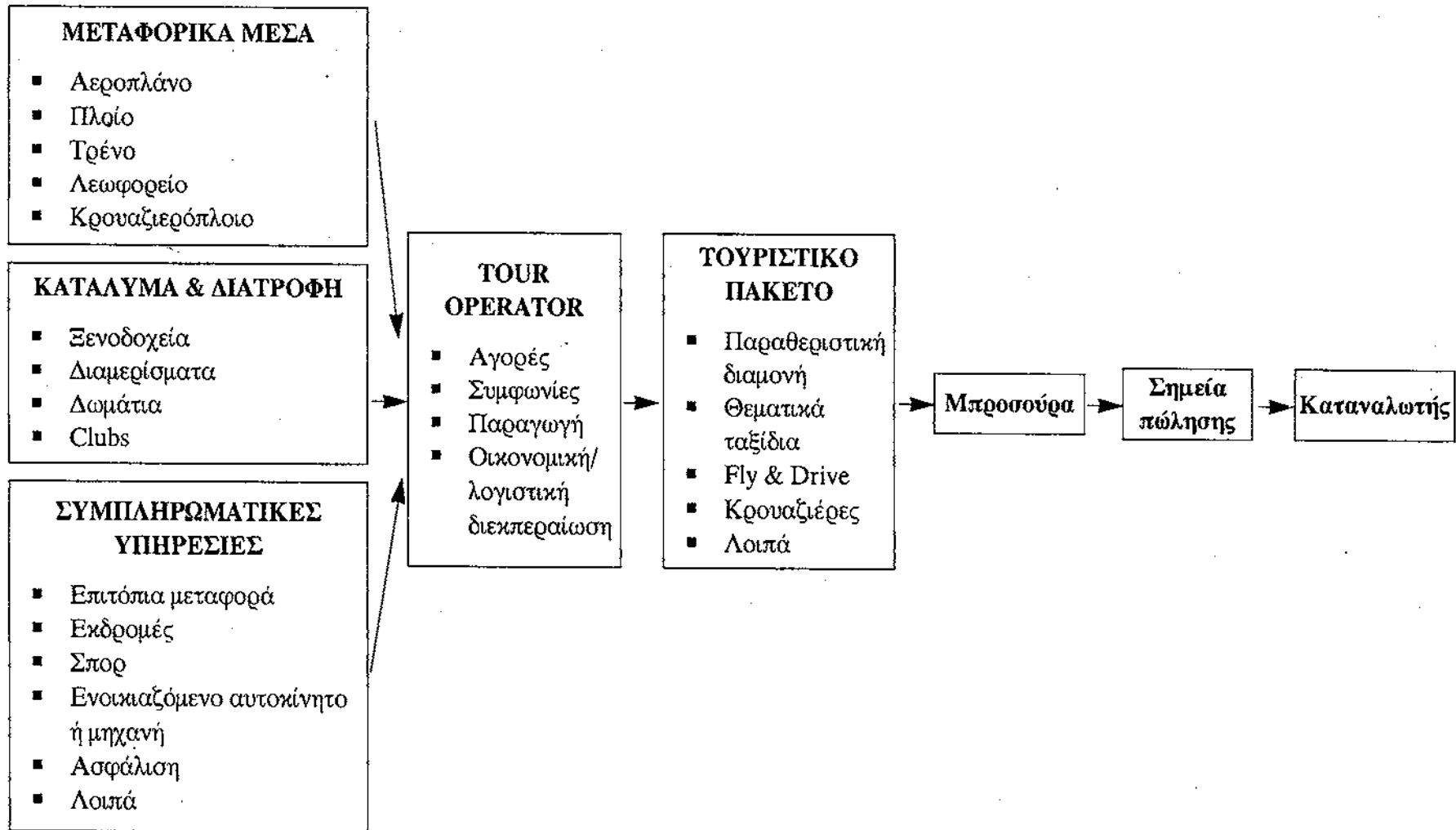
- Ο Τ.Ο. κινείται σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρήσεων όπως αεροπορικών εταιρειών και άλλων μεταφορικών μέσων, ξενοδοχείων, γραφείων ενοικίασης αυτοκινήτων. Επιλέγει τους πιο κατάλληλους και συνάπτει συμβάσεις συνεργασίας με τους παραπάνω προμηθευτές υπηρεσιών για ένα συγκεκριμένο αριθμό θέσεων, κλινών, αυτοκινήτων κ.λ.π.
- Αναλαμβάνει προετοιμασία των προγραμμάτων και την κοστολόγηση και τιμολόγηση των προϊόντων. Η προετοιμασία των προγραμμάτων αρχίζει περίπου ένα χρόνο πριν από την ημερομηνία της πρώτης αναχώρησης.
- Υπολογίζεται το κόστος και προσδιορίζεται η τιμή πώλησης.

3^η φάση – Παραγωγή μπροσούρας. Το επόμενο βήμα είναι η παραγωγή και εκτύπωση της μπροσούρας (brochure) σε πολλά αντίτυπα. Ο κατάλογος είναι το κύριο εργαλείο για την προβολή και την προώθηση πωλήσεων. Οι πληροφορίες πρέπει να είναι απόλυτα ακριβείς ως προς όλα τα στοιχεία που περιέχονται. Το κόστος παραγωγής της μπροσούρας είναι ιδιαίτερα σημαντικό.

Τελική φάση – Προβολή, προώθηση, πώληση. Αφού ολοκληρωθεί η έκδοση του καταλόγου, γίνεται η επίσημη παρουσίαση του και υποστηρίζεται διαφημιστικά. Οι πωλήσεις αρχίζουν με την έκδοση του καταλόγου. Οργανώνονται από τον Τ.Ο.

πληροφοριακά ταξίδια (info tours) για επίσκεψη των προορισμών και απόκτηση καλύτερης γνώσης των προϊόντων που πωλούν.

Οι λειτουργίες παραγωγής και πώλησης του τουριστικού πακέτου από τους Τ.Ο.



(Πηγή: Βαρβαρέσος, Σ., Τουρισμός. Οικονομικές προσεγγίσεις, Προπομπός, Αθήνα 2000, σ. 180)

3.8.2 Κοστολόγηση – Τιμολόγηση τουριστικού πακέτου

COSTING

Στη φάση της κοστολόγησης ενός πακέτου ο Τ.Ο. θα προσθέσει τα κόστη των διαφόρων μέσων και υπηρεσιών που χρησιμοποιεί και στο τελικό άθροισμα θα προσθέσει το δικό του κέρδος. Για την εργασία αυτή θα χρησιμοποιήσει διάφορους τιμοκαταλόγους (tariffs) και οδηγούς που θα αναφέρουν τις τιμές gross ή net, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις συναλλαγματικές διαφορές που υπάρχουν.

Ο Τ.Ο. ανάλογα με την οικονομική πολιτική της εταιρείας του, το κόστος προετοιμασίας του πακέτου και τον ανταγωνισμό που θα συναντήσει στην αγορά θα διαμορφώσει και το ποσοστό κέρδους του. Κατά κανόνα η κοστολόγηση ενός πακέτου γίνεται με βάση ατομική.

Πρέπει λοιπόν ο Τ.Ο. να υπολογίσει προσεκτικά το minimum των ατόμων που πρέπει να αγοράσουν το τουριστικό πακέτο ώστε να έχει κέρδος.

Τα έξοδα του Τ.Ο. για την κατασκευή και τη διάθεση των τουριστικών πακέτων διακρίνονται σε άμεσα και σε έμμεσα.

- Τα άμεσα ή μεταβλητά έξοδα σχετίζονται άμεσα με τον αριθμό των τουριστών που θα εξυπηρετηθεί. Αυτά είναι πληρωμές προς αεροπορικές εταιρείες (εκτός των ναυλωμένων πτήσεων charter), έξοδα ξενοδοχείων, έξοδα προμηθευτών υπηρεσιών όπως για transfers κ.λ.π.
- Τα έμμεσα ή σταθερά έξοδα είναι εκείνα που πρέπει να καταβληθούν ανεξάρτητα από τον αριθμό των πελατών που τελικά θα εξυπηρετηθεί. Αυτά τα έξοδα αποτελούνται από μισθοδοσία προσωπικού του Τ.Ο., έξοδα προετοιμασίας των προγραμμάτων, παραγωγή και εκτύπωση των καταλόγων (μπροσούρας), έξοδα μάρκετινγκ και τα διάφορα γενικά έξοδα (ενοίκια, τηλέφωνο, χαρτικά κ.λ.π.).

Η υπόθεση εργασίας είναι ότι το ποσοστό πληρότητας (ή συμμετοχή) θα ανέρχεται σε 30 άτομα, δηλαδή πληρότητα 60% σε λεωφορείο 50 θέσεων.

Κοστολόγηση υπηρεσιών πακέτου

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΙ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (σε δρχ.)
ΟΜΑΔΙΚΑ ΕΞΟΔΑ		
Μεταφορές με λεωφορείο ΑΘΗΝΑ - ΠΑΤΡΑ - ΑΘΗΝΑ	Κατ' αποκοπή χρέωση την ημέρα 130.000 δρχ.	
ΑΓΚΩΝΑ - ΝΙΚΑΙΑ	130.000 δρχ.	
ΝΙΚΑΙΑ - ΜΟΝΑΚΟ - ΝΙΚΑΙΑ	130.000 δρχ.	
ΝΙΚΑΙΑ - ΚΑΝΕΣ - ΛΥΩΝ	130.000 δρχ.	
ΛΥΩΝ - ΠΑΡΙΣΙ	130.000 δρχ.	
Επίσκεψη στην DISNEYLAND	130.000 δρχ.	
Εκδρομή στο LOIRE	130.000 δρχ.	
ΠΑΡΙΣΙ - ΜΙΛΑΝΟ	130.000 δρχ.	
ΜΙΛΑΝΟ - ΑΓΚΩΝΑ	130.000 δρχ.	1.170.000
Χρέωση πλοίου για λεωφορείο	80.000 δρχ. x 2 ταξίδια	160.000
Συνοδός (απασχόληση για 11 ημέρες)	11 ημέρες x 30.000	330.000
Ξεναγός (5 Ξεναγήσεις)	5 Ξεναγήσεις x 45.000	225.000
Ομαδική ταξιδιωτική ασφάλιση για 11 ημέρες	40.000	40.000
ΣΥΝΟΛΟ ΟΜΑΔΙΚΩΝ		1.925.000
ΟΜΑΔΙΚΑ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ	1.925.000 δρχ. / 30 άτομα	64.167
ΑΤΟΜΙΚΑ ΕΞΟΔΑ		
Εισιτήρια πλοίου σε τετράκλινη καμπίνα	100.000 δρχ. / 4 θέσεις = 25.000 25.000 δρχ. x 2 διαδρομές	50.000
Ξενοδοχείο (τιμή δίκλινου με πρωινό: 30.000 δρχ.)	8 διαν. x 30.000 δρχ. = 240.000 δρχ. / 2 άτομα Επιβάρυνση μονόκλινου: + 20.000 Τρίτο άτομο σε δίκλινο: + 15%	120.000
Ταξιδιωτική τσάντα		1.300
Χάρτες - Εντύπα		1.000
ΣΥΝΟΛΟ ΑΤΟΜΙΚΩΝ		172.300
ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Ομαδικά + Ατομικά έξοδα)		236.467

3.9 Οι κατάλογοι των Τ.Ο.

(Brochures)

Οι μπροσούρες έχουν κατοχυρωθεί στην αγορά των Τ.Ο. σαν το απαραίτητο μέσο επικοινωνίας και πληροφόρησης των πελατών για τα προϊόντα τους (διακοπές). Η μπροσούρα περιλαμβάνει περιγραφές προορισμών, ξενοδοχείων και όλων των υπηρεσιών που παρέχονται στον πελάτη, μαζί με τις τιμές για κάθε προϊόν.

α) Λειτουργία και στόχοι της μπροσούρας.

Η σύνταξη, η εκτύπωση και η διανομή της μπροσούρας απαιτεί υψηλό κόστος, ωστόσο είναι το μέσο πωλήσεων που προτιμάται τόσο από τους Τ.Ο. όσο και από τους πελάτες. Η μπροσούρα παρέχει την εικόνα του τουριστικού προορισμού, των καταλυμάτων προς επιλογή, της θέσης στο αεροπλάνο και των transfers, που είναι τα συστατικά στοιχεία του προσφερόμενου προϊόντος. Οι πελάτες αγοράζουν την περιγραφή της μπροσούρας, η οποία λειτουργεί σαν το προϊόν στο μυαλό των πελατών. Η μπροσούρα περιλαμβάνει τους πίνακες των τιμών και ημερών αναχώρησης, που περιλαμβάνουν τα τουριστικά πακέτα. Η ανάγνωση της μπροσούρας αφορά κατά πολύ στο φωτογραφικό υλικό ώστε να υπάρχει οπτική διαφοροποίηση των προορισμών. Πρέπει να είναι σε θέση να δώσει επαρκή πληροφόρηση και σε συνδυασμό με το πλούσιο φωτογραφικό υλικό να βοηθήσει τον πελάτη να κάνει την επιλογή του.

β) Προβολή / διαφήμιση των προϊόντων.

Η μπροσούρα διανέμεται δωρεάν στα κατάλληλα σημεία πώλησης: υποκαταστήματα του Τ.Ο., ταξιδιωτικά πρακτορεία – λιανοπωλητές, πρακτορεία, συνεργάτες, παλαιούς και τακτικούς πελάτες κ.λ.π. Η μπροσούρα πρέπει να προβληθεί και να διαφημιστεί με όλα τα κατάλληλα μέσα και τεχνικές του μάρκετινγκ. Οι άψογες φωτογραφίες έχουν σκοπό το ξεφύλλισμα να γίνεται ευχάριστο και να δημιουργεί στον πελάτη του, επιθυμία να αγοράσει. Ένα καλό και αποτελεσματικό μέσο είναι οι φάκελοι προβολής – προώθησης (shell folders). Με την ευκαιρία δραστηριοτήτων προβολής ή εκδηλώσεων εμπορίας (εκθέσεις, ημερίδες,

ειδικές βραδιές, παρουσιάσεις), οι Τ.Ο. παράγουν αυτούς τους φακέλους, που διαμορφώνονται με βασικό στόχο να προσελκύσουν το ενδιαφέρον.

Ο κύριος στόχος του πωλητή, εκτός από το κέρδος, είναι να ικανοποιήσει τον πελάτη του. Ένας ικανοποιημένος πελάτης αποτελεί την καλύτερη διαφήμιση.

3.10 Ταξίδια της τελευταίας στιγμής

(Last minute trips)

Οι Τ.Ο. οργανώνουν πακέτα στα οποία οι συμφωνίες αεροπλάνου και διαμονής είναι *guaranteee*, δηλαδή πληρώνονται είτε χρησιμοποιηθούν από τουρίστες είτε όχι. Συχνά, μικρό χρονικό διάστημα πριν από την αναχώρηση του αεροπλάνου, ορισμένες θέσεις είναι κενές και το πρακτορείο αποφασίζει να συμπληρώσει τις θέσεις αυτές. Δύο ή τρεις ώρες πριν την αναχώρηση του αεροπλάνου, κάνει εντυπωσιακές εκπτώσεις σε ορισμένα πακέτα, με αποτέλεσμα να διαμορφώνονται τιμές από 10% μέχρι και 80% χαμηλότερες από αυτές που ισχύουν στην αγορά. Τα χαμηλού κόστους ταξίδια που προσφέρονται κοντά στην ημερομηνία αναχώρησης του ταξιδιού, ονομάζονται ταξίδια της τελευταίας στιγμής ή *last minute trips*. Συχνά τα *last minute trips* περιλαμβάνουν μόνο την πτήση ή παρουσιάζονται αλλαγές σε κάποια στοιχεία του πακέτου. Οι πελάτες των *last minute trips* δέχονται χωρίς πρόβλημα αυτές τις αλλαγές, διότι έτσι κι αλλιώς το πακέτο αξίζει περισσότερο από την τιμή του.

Οι Τ.Ο. προσπαθούν να μειώσουν με διάφορους τρόπους την ανάγκη πώλησης *last minute trips*. Έτσι ξεκινούν προσφορές πακέτων χαμηλής ζήτησης τρεις ή τέσσερις εβδομάδες πριν την αναχώρηση. Οι προσφορές αυτές μπορούν να γίνουν με τους παρακάτω τρόπους: προφορικά στους πελάτες τους, με διαφημίσεις στις βιτρίνες τους, με καταχωρίσεις στις εφημερίδες, με ανακοινώσεις στο ραδιόφωνο και με άλλα διαφημιστικά μέσα. Επιπλέον οι προσφορές γίνονται και με φυλλάδιο που κυκλοφορεί στα συνεργαζόμενα πρακτορεία. Στο φυλλάδιο αυτό παρουσιάζεται συνήθως μείωση τιμών περίπου 20% για συνήθεις τουριστικές περιοχές, αλλά για εξωτικές μακρινές χώρες η μείωση κυμαίνεται μέχρι και 50 – 60%.

Τα *last minute trips* πωλούνται επίσης από τον ένα πράκτορα στον άλλο, συχνά τεμαχίζονται και διαμορφώνουν νέα, περισσότερο εμπορικά πακέτα. Ορισμένα πρακτορεία ειδικεύονται στα *last minute trips* κι εμπορεύονται αποκλειστικά παρόμοια χαμηλού κόστους ταξίδια, τα οποία όμως μπορεί να έχουν κάποιες ιδιαιτερότητες.

3.11 ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ

(INCENTIVE TRAVELS)

Τα ταξίδια κινήτρων - incentive travels - Είναι ένα είδος κινήτρου - επιβράβευσης που δίδεται σε πωλητές, πράκτορες και εργαζόμενους σε βιομηχανικές εταιρείες, για να επιτύχουν ορισμένο στόχο στην εργασία τους. Η προσφορά τους βοηθά να λυθούν διάφορα προβλήματα, όχι μόνο στις πωλήσεις μιας εταιρείας αλλά και στην αύξηση της παραγωγικότητας και αυξάνει το γόητρο της εταιρείας που τα προσφέρει.

Τα incentive travels είναι μια από τις καλύτερες μορφές κινήτρων, διότι οι εργαζόμενοι χρειάζονται τη διέγερση, το ρομαντισμό και τη λάμψη που προκαλεί η προοπτική ενός ταξιδιού σε κάποιο εξωτικό μέρος, με όλα τα έξοδά τους πληρωμένα. Αποτελούν και μια πηγή εσόδων για τον Τ.Ο.

Ο άνθρωπος που εργάζεται θέλει να καλύψει σε πρώτο στάδιο τις βασικές του ανάγκες για να επιβιώσει. Ύστερα αφού έχει καλύψει τα βασικά, θέλει να έχει κοινωνική αναγνώριση και αποδοχή, γίνεται λοιπόν περισσότερο απαιτητικός. Ο τίτλος του «πρώτου» που παίρνει για την δουλειά που προσέφερε, συνοδεύεται από ένα ελκυστικό ταξίδι - δώρο. Οι περισσότεροι άνθρωποι εργάζονται σκληρά για να πετύχουν αυτόν τον στόχο. Τα incentive tours είναι ένας φανερός τρόπος αναγνώρισης της εργασίας που έχει γίνει και δίνει τη δυνατότητα στους εργαζόμενους της εταιρείας που ανήκουν σε διαφορετικά επίπεδα να συναντηθούν και να επικοινωνήσουν φιλικά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Οποιαδήποτε επιχείρηση που κατασκευάζει ή πωλεί κάποιο προϊόν είναι πιθανός πελάτης αγοράς incentive tours. Πολλές εταιρείες και οργανισμοί χρησιμοποιούν κίνητρα για να αυξήσουν τον κύκλο των εργασιών τους. Ο Τ.Ο. αφού τις ανακαλύψει, πρέπει να πάει ο ίδιος και να προτείνει το incentive tour σαν ένα πολύ ελκυστικό κίνητρο γι' αυτές.

Προσπαθώντας Ο Τ.Ο. να βρει πελάτη για τα πακέτα κινήτρων, θα κάνει πολλές επαφές με εταιρείες και οργανισμούς. Πριν κάνει την πρώτη συνάντηση με τον πιθανό πελάτη, ο Τ.Ο. θα έχει συγκεντρώσει πληροφορίες σχετικές με το μέγεθος, την οργάνωση, τις μεθόδους διάθεσης του προϊόντος, πωλήσεις κ.λ.π. Ο πελάτης θα θέλει να σχηματίσει άποψη από διαφορετικές γωνίες σχετικά με το κόστος του

προγράμματος σε σχέση με το κόστος άλλης μορφής κινήτρων που μπορεί να χρησιμοποιήσει. Τότε ο travel agent θα τονίσει τα προτερήματα του incentive tours:

- Αυξάνουν πολύ τις πωλήσεις.
- Το ρίσκο της επιχείρησης είναι μικρό, διότι το ταξίδι θα προσφερθεί μόνον αν επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί. Ενώ σε άλλες μορφές προβολής, όπως η διαφήμιση, τα έξοδα θα πληρωθούν ανεξάρτητα από την επίτευξη του στόχου.
- Μπορεί να συμπεριληφθεί στο πρόγραμμα του incentive tour μια σημαντική επαγγελματική συνάντηση που θα παρουσιάσει και προβάλλει ένα νέο προϊόν της εταιρείας.
- Ένα καλό πρόγραμμα δίνει τη δυνατότητα στην διεύθυνση της εταιρείας να επικοινωνήσει με το προσωπικό της και τις οικογένειές τους, πράγμα που συντελεί στη δημοτικότητά της.
- Η προβολή του προγράμματος έχει μικρό κόστος.
- Σε πολλές χώρες αυτά τα ταξίδια εκπίπτουν στην εφορία.

Μετά την πρώτη συνάντηση με τον πελάτη και εφόσον υπάρξει ανταπόκριση, ο Τ.Ο. συνεχίζει με το σχεδιασμό του προγράμματος, πάντα σε στενή συνεργασία με τον πελάτη. Παρακολουθεί κάθε ένα στάδιο της εξέλιξης του προγράμματος και μετά το τέλος του, συνεχίζει την επαφή με την εταιρία για να εισπράξει τους επαίνους ή τα παράπονα που τυχόν υπάρχουν, ώστε να βγάλει συμπεράσματα για τυχόν αλλαγές που πρέπει να κάνει, σε μελλοντικά incentive tours, ώστε και την εταιρία-πελάτη να ικανοποιήσει και το image του πρακτορείου του να διατηρήσει και να βελτιωθεί.

Υπάρχουν πολλές μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες που οργανώνουν ταξίδια με σκοπό να βελτιώσουν τις σχέσεις τους με τους εργαζόμενους για να δείξουν την ικανοποίησή τους στους πωλητές που έφθασαν έναν ικανοποιητικό στόχο πωλήσεων ή για να ευχαριστήσουν τους συνεργάτες τους.

Μάλτα - Τυνησία 8 ημέρες

Επιλογή: Το πρόγραμμα είναι φτιαγμένο έτσι ώστε να εξυπηρετεί τις ανάγκες που έχουν διαφορετική διάρκεια. 14, 5, 7 & 8 ημέρες. Είναι πάντα υπολογισμένο σύμφωνα με τις απειές της Air Malta από Αθήνα και Θεσ/νίκη. (Βλέπε πρόγραμμα πτήσεων σελ. 1) Όταν η αναχώρηση γίνεται αργά το βράδυ ή τα μεσάνυχτα της επόμενης μέρας τότε τα δωμάτια τα αφήνουμε υποχρεωτικά στις 16:00 περίπου την ημέρα της αναχώρησης. Σε όλες τις άλλες περιπτώσεις τα δωμάτια πρέπει να τα αφήσουμε στις 12:00 την ημέρα της αναχώρησης.

1^η ΜΕΡΑ ΜΑΛΤΑ

Συγκέντρωση νωρίς το πρωί στο αεροδρόμιο Μακεδονία και απευθείας πτήση με την AIRMALTA. Άφιξη στο νησί των Ιπποτών την ένδοξη Μάλτα. Υποδοχή από τους αντιπροσώπους μας. Η Βαλέτα η πρώτη προασχεδιασμένη πόλη της Ευρώπης, κτίσθηκε τον 16^ο αιώνα από τον JEAN DE LA VALETTE. Μάγιστρο τουουμάρσσε το αριστούργημα του ΚΑΡΑΒΑΖΖΙΟ "Ο αποκεφαλισμός του Αγίου Ιωάννη". Στην διαδρομή θα συναντήσουμε τ τάγματα του Αγίου Ιωάννη, μετά την πολιορκία της Ιερουσαλήμ το 1565. Μέσα από τους πολύβουους δρόμους, θα βρεθούμε μπροστά στους κήπους του **Νηαρακκά** από όπου θα μπορέσουμε να απολαύσουμε την πανοραμική θέα του μεγάλου λιμανιού. Στον Καθεδρικό ναό του Αγίου Ιωάννη, που κτίστηκε από τον περίφημο Μαλιτζο αρχιτέκτονα Cassar, προαιρετική είσοδος (1.5 λίρες Μάλτας) θα μεταφερθείτε πίσω στην μεσαιωνική εποχή. Εδώ θα μπορείτε να θνη Ελληνική εκκλησία της Παναγίας της Δαμασκού. Στο εσωτερικό της βρίσκεται μία σημαντική εικόνα που μετέφεραν οι Ιππότες από την Ιερουσαλήμ το 1530. Φθάνοντας στο τέλος της πόλης, κοντά στο λιμάνι, θα παρακολουθήσουμε μία μοναδική παράσταση όπου εκτυλίσσεται όλη η ιστορία της Μάλτας στην ελληνική γλώσσα. Τακτοποίηση στο ξενοδοχείο. Μετά το δείπνο μπορείτε να διασκεδάσετε στο Καζίνο ή σε κενυινό club. Διαν/ση.

2^η ΜΕΡΑ ΜΑΛΤΑ

Πρωινό. Αναχώρηση για το εσωτερικό της Μάλτας, αρχίζοντας την ξενάγηση από τον μεγαλοπρεπή ναό της ΜΩΣΤΑ. Από όλα τα μακρινά σημεία της Μάλτας, είναι ορατός ο τεράστιος τρούλος του, με τους πελώριους κίονες Ιονικού ρυθμού που τον διακοσμούν θυμίζοντας μας το Πάνθεον της Ρώμης. Η εκκλησία μπορεί να φιλοξενήσει περίπου 10.000 άτομα. Θα περάσουμε από την πόλη ΡΑΜΠΑΤ που σημοίνει κάστρο στα Αραβικά, και θα συνεχίσουμε για την αρχαία πόλη ΜΩΔΙΝΑ. Το όνομα της μας φέρνει πίσω στις Μεντίνες που συναντά κανείς στις πόλεις του αραβικού κόσμου. Περνώντας μέσα από τα στενά σοκάκια της "σιωπηλής" πόλης όπως αποκαλείται, θα δούμε τα μεγαλοπρεπή σπίτια όπου κατοικούν περίπου 400 κάτοικοι πίσω από τις καλά κλεισμένες εξώπορτες. Θα θαυμάσουμε τον καθεδρικό ναό που σχεδίασε ο Μαλιτζος αρχιτέκτονας GAFA LORENZO. Θα περπατήσουμε στους τεράστιους προμακώνες που περιβάλλουν την πόλη, και θα έχουμε την ευκαιρία να στενίουμε σχεδόν όλα τα νησιά. Μην παραλείψετε να γευθείτε τις φανταστικές πριτίγκες και το κέικ σοκολάτας. Φεύγοντας, πριν βγούμε από τα τείχη κάτω από το παλάτι του Μαγιάτρου VILHENA



Βρίσκεται το υπόγειο του τρέμου με ακηνές μυστηρίου από το σκοτεινό παρελθόν (προαιρετική είσοδος). Θα σταματήσουμε στην "Ελληνική πύλη" αναμνηστική που δόθηκε από την Ελληνική παροικία που ζούσε σε αυτήν την συνοικία. Επίσκεψη στη σπηλιά του αποστόλου Παύλου. Προαιρετικά θα επισκεφτούμε τις κατακόμβες των παλαιοχριστιανικών χρόνων (1.5 λίρες) και τους Βοτανικούς κήπους του Αγίου Αντωνίου. Στο χωριό των χειροτεχνημάτων **TAQALI**, το πιο πολυσύχναστο σημείο των τουριστών, θα βρείτε τα πιο παράξενα σουβενίρ σε πολύ καλές τιμές. Φημιόμενα τα υαλικά της Μάλτας. Επιστροφή στο Ξενοδοχείο Δείπνο - Διαν/ση.

3^η ΜΕΡΑ ΜΑΛΤΑ ΤΥΝΙΔΑ

(Κυριακή) πτήση AIRMALTA για Τύνιδα 2105/2100 KM680

(προαιρετική πλωτή ξενάγηση στις 3 πόλεις και το μεγάλο λιμάνι).

Πρόγευμα και ελεύθερος χρόνος, προτείνουμε την προαιρετική πλωτή ξενάγηση στις τρεις πόλεις και στο Μεγαλοπρεπές λιμάνι που οι φυσικές του πτυχές το κάνουν ένα από τα πιο όμορφα της Ευρώπης. Η θέα των πολλών φρουριών και κάστρων είναι μοναδική, πραγματικό θησαυρός για τους λάτρεις της φωτογραφίας. Αμέσως μετά θα επισκεφτούμε την βιοτεχνία κατασκευής φυσικού γυαλιού όπου θα βρείτε πάρα πολλά αναμνηστικά δώρα προς αγορά. Θα σταματήσουμε για γεύμα. Κατόπιν θα επισκεφτούμε την **VITTORIOSA**, τον πιο παλιό σταθμό των



...οσοπαρών της Μεσογείου και των πρώτων Ιπποτών πριν ακόμα κτιστεί η Βαλέττα. Εδώ έγινε η καλύτερη ναυμαχία μεταξύ των Μαλτέζων και των Τούρκων που θεωρούσαν την κατάληψη της πόλης σας ανάγκη για να επβληθεί η Οθωμανική αυτοκρατορία. Η πόλη ονομάστηκε Vittoriosa μετά τη δύσκολη νίκη των αμυνομένων. Θα επισκεφτούμε ένα από τα πιο φημισμένα πεδία μαχών. Θα δούμε ιστορικά κτίρια, το πρώτο από τα κτίσματα των Ιπποτών και τον ναό του Αγίου Πνεύματος με το μουσείο του. Θα δούμε την DEISA, την Μαλτέζικη γόνδολα να λικνίζεται μέσα στο Σίλα των τριών αυτών Ιστορικών πόλεων. Το απόγευμα μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση AIRMALTA για την Τύνιδα. Μεταφορά στο VINCCI EL KANTAOUI διανυκτέρευση.

5η ΜΕΡΑ SOUSSE RELAX

Πρωινό και ημέρα ελεύθερη να κορεστείτε τον ήλιο και την θάλασσα. Ακολουθήστε μια από τις ερωτικές εκδρομές που θα σας προτείνει ο τοπικός μας αντιπρόσωπος. Συμμετέχετε στο week market που περιλαμβάνει περιήγηση στην αγορά της Σοός, ζηνάγηση στο Μοναστήρι γεύμα παραθαλάσσιο εστιατόριο και επιστροφή στο ξενοδοχείο. Μπορείτε επίσης να δηλώσετε ερωτικά, συμμετάχτη στην Τυνησιακή Βραδιά όπου μπορείτε να απολαύσετε ένα υπέροχο γεύμα με αφθονο κρασί φαγητό και παραδοσιακό πρόγραμμα. Διανυκτέρευση.

5η ΜΕΡΑ SOUSSE relax

Πρωινό, ελεύθερη μέρα, οι αντιπρόσωποι μας θα είναι κοντά σας για οποιαδήποτε εξυπηρέτηση. Σήμερα μπορείτε να συμμετέχετε στην προαιρετική κρουαζιέρα με το Πειρατικό Καράβι που ξεκινάει από το γραφικό λιμανάκι Port el Kanfaoui. Απολαύστε τον ήλιο στην κουπαστή του πλοίου, ανεβείτε στα κατάρτια, κάντε βουτιές στα ανοικτά, σηκώστε την άγκυρα μαζί με το πλήρωμα και γευματίστε με φρέσκιες Σαρδέλλες, σαλάτες φρούτα εποχής. Το απόγευμα στη διάθεσή σας Δείπνο, διανυκτέρευση.

6η ΜΕΡΑ SOUSSE relax

Πρωινό, ημέρα ελεύθερη για μπάνιο και καλάρωση. Μπορείτε να ακολουθήσετε ένα από τα προγράμματα SPA ή θαλασσοθεραπείας. Γευματίστε σε μια από τις φανοταβέρνες του λιμανιού και απολαύστε ένα καλό Τυνησιακό κρασί. Το βράδυ μπορείτε να επισκευθείτε το καζίνο Caraiibe. Προμηθευθείτε την VIP είσοδο από τους αντιπρόσωπους μας. Δείπνο - διανυκτέρευση.

7η ΜΕΡΑ Σοός-Τύνιδα Μάλτα

πτήση KM681 10:10/11:15

Πρωινό - Μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση για Μάλτα KM681 10:10 Αφίξη στη Μάλτα, μεταφορά σε διαθέσιμο ξενοδοχείο 3** ή 4** για ξεκούραση.

8η ημέρα

Μεταφορά στο αεροδρόμιο, επιστροφή, ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

- * Αεροπορικά εισιτήρια θεα/νίκη Μάλτα Τύνιδα Μάλτα θεα/νίκη ή Αθήνα με AIR MALTA.
- * Διαμονή 2 νύκτες σε ξενοδοχείο 3* περιοχή Sliema / Saint Julians.
- * Διαμονή 4 νύκτες σε ξενοδοχείο 4* στην Τυνησία
- * Ημιδιατροφή (πρόγευμα & δείπνο καθημερινά).
- * Ξεναγήσεις, περιηγήσεις όπως αναφέρονται στο πρόγραμμα.
- * Αρχηγό, συνοδό του γραφείου μας.
- * Ασφάλεια αστικής ευθύνης σύμφωνα με την οδηγία της ΕΟΚ.
- * Ταξιδιωτικός σάκος DAY RISE.

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ

- * Φόροι αεροδρομίων, ποτά, και οτι αναφέρεται προαιρετικό στο πρόγραμμα.
- * ΠΑΙΔΙ (2-12 ετών) 580
- ** Διαφορά μονόκλινο 160

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 3 & 4 *	
Κωδικός	MTN7N
Δωμάτιο	Δίκλινο
ΗΜΕΡΕΣ	8
1/7-28/7	665
29/7-18/8	680
19/8-8/9	670
9/9-30/10	660
1/11-20-12	630
21/12-5/1	640
6/1-30/3	625
1/4-14/5	650
16/5-30/6	670

προσινό κατά την διαμονή στη Μάλτα ημερομηνία κατά την διαμονή στην Τυνησία
Διατροφή



ΜΑΛΤΑ

ΔΕΛΤΙΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

REF/No:

ΣΦΡΑΓΙΔΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

ΑΡΙΘ/ΑΔΕΙΑΣ

ΕΠΩΝΥΜΟ:

ΟΝΟΜΑ:

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

Τ.Κ.: ΤΗΛ:

ΑΝΑΧΩΡΗΣΗ	ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ / ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ - ΠΤΗΣΗ

ΔΩΜΑΤΙΑ

<input type="checkbox"/> Μονόκλινο	<input type="checkbox"/> Δίκλινο	<input type="checkbox"/> 3 κρεβάτια	<input type="checkbox"/> 4 κρεβάτια	<input type="checkbox"/> SUITE
------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------

ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΕΞΤΡΑ ΠΑΡΟΧΕΣ

<input type="checkbox"/> ΠΡΩΙΝΟ	<input type="checkbox"/> ΗΜΙΔΙΑΤΡΟΦΗ	<input type="checkbox"/> ΠΛΗΡΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ	<input type="checkbox"/> ΘΕΑ ΘΑΛΑΣΣΑ	<input type="checkbox"/> ΚΟΥΝΙΑ ΓΙΑ ΜΩΡΟ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------------------	--------------------------------------	---	--------------------------------------	--	--------------------------	--------------------------

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΑΡΟΧΕΣ:

ΑΣΦΑΛΕΙΑ: ΑΣΤΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ
ΕΞΤΡΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΑΤΥΧΗΜΑΤΩΝ:

MR/MRS	ΕΠΩΝΥΜΟ (Λατινικοί χαρακτήρες) ΟΝΟΜΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	ΔΩΜΑΤΙΑ
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

ΚΩΔΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ :
ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ:

ΠΡΟΑΙΡΕΤΙΚΕΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ

.....

.....

.....

.....

.....

ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

ΤΙΜΗ ΕΚΔΡΟΜΗΣ

ΦΟΡΟΙ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗ

ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ
VISA MASTER CARD AMERICAN EXPRESS

.....

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ

ΔΕΧΟΜΑΙ ΤΗΝ ΧΡΕΩΣΗ ΤΗΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΜΟΥ ΚΑΡΤΑΣ ΜΕ ΤΟ ΠΟΣΟ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ :

ΒΕΒΑΙΩΝΩ ΟΤΙ ΕΙΜΑΙ ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΜΕΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ.
ΕΧΩ ΔΙΑΒΑΣΕΙ ΚΑΙ ΑΠΟΔΕΧΘΕΙ ΤΟΥΣ ΟΡΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ. ΕΙΜΑΙ ΑΝΩ ΤΩΝ 18 ΕΤΩΝ.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : ΥΠΟΓΡΑΦΗ :

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

TICKETING:

ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΗ **ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ & ΑΚΤΟΠΛΟΪΚΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ**

4.1 Η δραστηριότητα των εισιτηρίων

Μία από τις πηγές εσόδων των τουριστικών πρακτορείων είναι η κράτηση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων. Για αρκετά μικρά τουριστικά πρακτορεία αποτελεί τη βασικότερη πηγή εσόδων τους. Η διαδικασία συνίστανται στην κράτηση θέσεων και την πώληση εισιτηρίων στα μεταφορικά μέσα, και ειδικότερα σε αεροπλάνα και πλοία, και είναι γνωστή στην τρέχουσα επαγγελματική ορολογία ως Air & Sea Ticketing. Πρόκειται για μία λειτουργία με χαμηλό επιχειρηματικό ρίσκο, υπό την έννοια ότι δεν συνεπάγεται υψηλές επενδύσεις. Ωστόσο το τουριστικό πρακτορείο χρειάζεται ένα καλό πληροφοριακό σύστημα και σύνδεση με ένα ολοκληρωμένο σύστημα κρατήσεων, για να ανταποκριθεί με επιτυχία στο έργο του.

Η δραστηριότητα των εισιτηρίων είναι ουσιαστικά μια μεταπώληση. Τα τουριστικά πρακτορεία μεταπωλούν υπηρεσίες που στο μεγαλύτερο ποσοστό τους έχουν προκαθορισμένη τιμή λιανικής πώλησης. Η αμοιβή του πρακτορείου είναι μια προμήθεια η οποία περιλαμβάνεται στην τιμή χρέωσης στον πελάτη. Αυτό σημαίνει ότι ο πελάτης πληρώνει το αντίτιμο του εισιτηρίου και το τουριστικό πρακτορείο στην εκκαθάριση αποδίδει στη μεταφορική εταιρεία το ποσό μειωμένο κατά το ύψος της προμήθειας. Η έκδοση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων συνεπάγεται πολύ καλή γνώση γεωγραφίας, ελληνικής και παγκόσμιας.

4.2 Αεροπορική μεταφορά

Το θέμα των αεροπορικών εισιτηρίων – και ειδικότερα των διεθνών αεροπορικών εισιτηρίων – είναι αρκετά τεχνικό και ιδιαίτερα πολύπλοκο. Υφίσταται ένα ειδικό πρόγραμμα εκπαίδευσης σε διάφορα επίπεδα, εποπτευόμενο από την IATA (International Air Transport Association), διάρκειας μίας εκπαιδευτικής περιόδου για τη χορήγηση του σχετικού διπλώματος. Το APT (Air Passenger Tariff – Εγχειρίδιο Αεροπορικών Ναύλων), η ετήσια έκδοση της Swissair, της SAS και άλλων αεροπορικών εταιρειών, είναι ο διεθνής πρότυπος οδηγός που αφορά την έκδοση των αεροπορικών εισιτηρίων και τους κανόνες αερομεταφοράς γενικώς. Επειδή όλα τα σχετικά ζητήματα καθορίζονται από την IATA η ορολογία είναι αγγλική. Είναι εδώ

και χρόνια το απαραίτητο βοήθημα για τους υπαλλήλους των αεροπορικών εταιρειών και των τουριστικών πρακτορείων.

Το αεροπορικό εισιτήριο είναι ένας τίτλος που περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες και τους όρους του συμβολαίου για αερομεταφορά. Τυπικά και ουσιαστικά αποτελεί μια έγγραφη συμφωνία μεταξύ του επιβάτη και της αεροπορικής εταιρείας.

4.3 Η διαδικασία κρατήσεων σε ένα GDS

Τα σημαντικότερα ολοκληρωμένα συστήματα πληροφόρησης και κρατήσεων GDS (Global Distribution Systems) είναι: AMADEUS, GALILEO, SABRE, WORLDSPAN.

Οι βασικές υπηρεσίες ενός παγκόσμιου συστήματος GDS είναι:

- Υπηρεσίες front office. Η κύρια υπηρεσία προς τα τουριστικά πρακτορεία είναι η φιλικότητα της σύνδεσης. Τα δεδομένα παρουσιάζονται on-line στο χρήστη. Αυτή η υπηρεσία απλοποιεί και διευκολύνει την εξασφάλιση πληροφοριακών στοιχείων, ενώ κάνει τη διαδικασία πιο έγκυρη και επιτρέπει στα πρακτορεία να εκφράζουν τις προτιμήσεις τους.
- Υπηρεσίες back office. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται από το σύστημα στα συνδεδεμένα πρακτορεία περιλαμβάνουν: α) αρχείο διαχείρισης πελατών, με μια βάση δεδομένων σχετικά με τις προτιμήσεις των πελατών, β) προβολή δρομολογίων και εκτυπώσεις, με τη δυνατότητα άντλησης στοιχείων από το σύστημα σε ένα λογισμικό επεξεργασίας κειμένου, γ) εκκαθάριση πιστωτικής κάρτας, δ) άμεση σύνδεση λογαριασμών από το GDS στο λογισμικό σύστημα του πρακτορείου.

Τα κύρια πλεονεκτήματα που προκύπτουν από τη χρήση ενός GDS για μια επιχείρηση τουριστικού πρακτορείου είναι:

- Η εξασφάλιση άμεσης, έγκυρης και αξιόπιστης πληροφόρησης.
- Η αμεσότητα και φιλικότητα στη λειτουργία.
- Η γρήγορη και ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη, στον οποίο προσφέρονται εναλλακτικές λύσεις προς επιλογή.

Στο GDS υφίστανται τρία επίπεδα για τη διαδικασία των κρατήσεων:

- Το διαθέσιμο απόθεμα θέσεων και προϊόντων, που βρίσκεται στη μνήμη των υπολογιστών οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι με το σύστημα επιχειρήσεων.
- Το GDS με το πλάνο διαχείρισης, τις κρατήσεις, τα εισιτήρια, την υποστήριξη των πωλήσεων και την τήρηση των λογιστικών στοιχείων.
- Η σύνδεση με τα τερματικά εργασίας στα πρακτορεία ταξιδίων.

Ο ενδιαφερόμενος για ένα αεροπορικό ταξίδι απευθύνεται στο πρακτορείο ταξιδίων. Ο υπάλληλος δίνει την εντολή κράτησης μίας θέσης σε μια πτήση και τεχνικά πραγματοποιούνται τα εξής:

- Αναζήτηση στη βάση δεδομένων για διαθεσιμότητα θέσεων.
- Εμφάνιση πληροφοριών στην οθόνη του τερματικού, δηλαδή παρουσίαση καταλόγων με διαφορετικές πτήσεις.
- Επιλογή της καταλληλότερης για τον πελάτη πτήσης και κράτηση σε αυτή.
- Ολοκλήρωση της κράτησης με ταυτόχρονη επιβεβαίωση από την αεροπορική εταιρεία.
- Ακολουθεί η διαδικασία έκδοσης του εισιτηρίου:
- Το εισιτήριο εκδίδεται, καταχωρείται το ποσό πίστωσης (αξία εισιτηρίου) στο σύστημα (στο λογαριασμό του πρακτορείου).
- Τότε και μόνο τότε ολοκληρώνεται η πώληση του εισιτηρίου.

4.4 Το GSA αεροπορικής εταιρείας

Το GSA (General Sales Agency) μιας αεροπορικής εταιρείας είναι η από μέρους τουριστικού πρακτορείου ανάληψη της γενικής ευθύνης αντιπροσώπευσης της εταιρείας. Είναι η ανάληψη της ευθύνης των αεροπορικών εισιτηρίων και της πώλησης – προώθησης μιας τακτικής πτήσης σε μια περιοχή διαφορετική από την έδρα της αεροπορικής εταιρείας.

Συνίσταται ουσιαστικά σε ένα έργο οργάνωσης και μάρκετινγκ και περιλαμβάνει τα ακόλουθα συστατικά στοιχεία:

α) Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση μάρκετινγκ με επακριβή προσδιορισμό των 4 P's (product, price, place & promotion).

- Product: προϊόν, δηλαδή η πτήση και η συχνότητά της.
- Price: η τιμή της θέσης στην πτήση, με τις σχετικές διαφοροποιήσεις. Επίσης η αμοιβή και οι προμήθειες από την πώληση εισιτηρίων.
- Place: η γραφειακή εγκατάσταση και υποδομή.
- Promotion: το πρόγραμμα προβολής και προώθησης του προϊόντος, σε σαφώς προσδιορισμένα τμήματα πελατείας – στόχους.

β) Ένα πλάνο μάρκετινγκ (marketing plan) και ένα media plan, με σαφή και επακριβή καθορισμό των μέσων και τεχνικών προώθησης και το χρονοδιάγραμμα χρήσης τους.

γ) Τέλος, από οργανωτικής πλευράς, πρέπει να προβλεφθούν οι αναγκαίες ενέργειες: στελέχωση σε ανθρώπινο δυναμικό και σε απαιτούμενο εξοπλισμό (σύστημα πληροφόρησης, επικοινωνίας και κρατήσεων).

4.5 Ηλεκτρονικές κρατήσεις ακτοπλοϊκών θέσεων on-line

Με τη χρήση του δικτύου της Forthnet, εταιρείας παροχής υπηρεσιών πληροφορικής, συνδέονται on-line οι μεγαλύτερες ελληνικές ακτοπλοϊκές εταιρείες παρέχοντας τη δυνατότητα σε ένα μεγάλο αριθμό τουριστικών πρακτορείων να κάνουν κρατήσεις μέσω του δικτύου. Τα πρακτορεία συνδέονται on-line με τα συστήματα κρατήσεων των εταιρειών: Minoan Lines, Agapitos Express Ferries, Arcadia Lines, Agapitos Lines, Κοινοπραξία Κυκλάδων, ANEK Lines, Superfast Ferries, G.A. Ferries, Strintzis Lines και NEA. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα πρόσβασης στο σύστημα κρατήσεων GALILEO.

Το δίκτυο ηλεκτρονικών κρατήσεων επιτρέπει την αξιόπιστη έκδοση και κράτηση από κάθε σημείο πώλησης, τερματίζοντας έτσι το πρόβλημα των διπλά κρατημένων θέσεων. Παράλληλα μειώνει το λειτουργικό κόστος των πρακτορείων που ήταν αναγκασμένα να διαθέτουν σημαντικά ποσά σε τηλεφωνικές συνομιλίες για το κλείσιμο θέσεων με μεγάλη αναμονή που αντιστοιχεί σε σημαντικό χρηματικό κόστος, ειδικά όταν πρόκειται για υπεραστικές κλήσεις. Επιπλέον οι ακτοπλοϊκές εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν και να διαχειρίζονται καλύτερα τα πλοία τους, καθώς μπορούν ανά πάσα στιγμή να γνωρίζουν το σύνολο των πωλήσεων εισιτηρίων.

Η Forthnet αναλαμβάνει την τεχνική μελέτη της σύνδεσης και την εκτίμηση των αναγκών του πελάτη σε χωρητικότητα, την παραγγελία και την παρακολούθηση των μισθωμένων κυκλωμάτων και την προμήθεια του εξοπλισμού, την εγκατάσταση και τη ρύθμιση του δικτύου. Η εφαρμογή έγινε ουσιαστικά καθεστώς μέσα στο 2000, καθώς ένα νέο Π.Δ. επιβάλλει την υποχρεωτική ηλεκτρονική κράτηση εισιτηρίων. Τα εισιτήρια του πλοίου θυμίζουν πλέον κατά πολύ εκείνα του αεροπλάνου, με αναγραφή του ονοματεπώνυμου, της θέσης, της ημερομηνίας, της ώρας και διάφορα άλλα στοιχεία του επιβάτη και της εταιρείας.

4.6 Διαχείριση εισιτηρίων

Τα εισιτήρια απαιτούν μια ειδική διαχείριση. Στη διαχείρισή τους θεωρούνται ως εμπορεύματα τα οποία είναι σε απόθεμα. Το τουριστικό πρακτορείο παίρνει από την αεροπορική ή ακτοπλοϊκή εταιρεία μία αρχική ποσότητα εισιτηρίων, που αποτελούν το απόθεμά του. Αυτή η ποσότητα χρεώνεται από τη μεταφορική εταιρεία. Πρόσθετες ποσότητες παραγγέλλονται ανάλογα με την πώληση / έκδοση εισιτηρίων.

Όλα τα εισιτήρια πρέπει να φυλάσσονται σε ένα συγκεκριμένο μέρος, ως άτυπη πλην όμως ουσιαστική αποθήκη. Πρέπει να ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες για την διακίνηση και συμπλήρωση των εισιτηρίων, διαδικασίες οι οποίες έχουν ως βασικό στόχο την ελαχιστοποίηση των κινδύνων κλοπής και των διαχειριστικών λαθών.

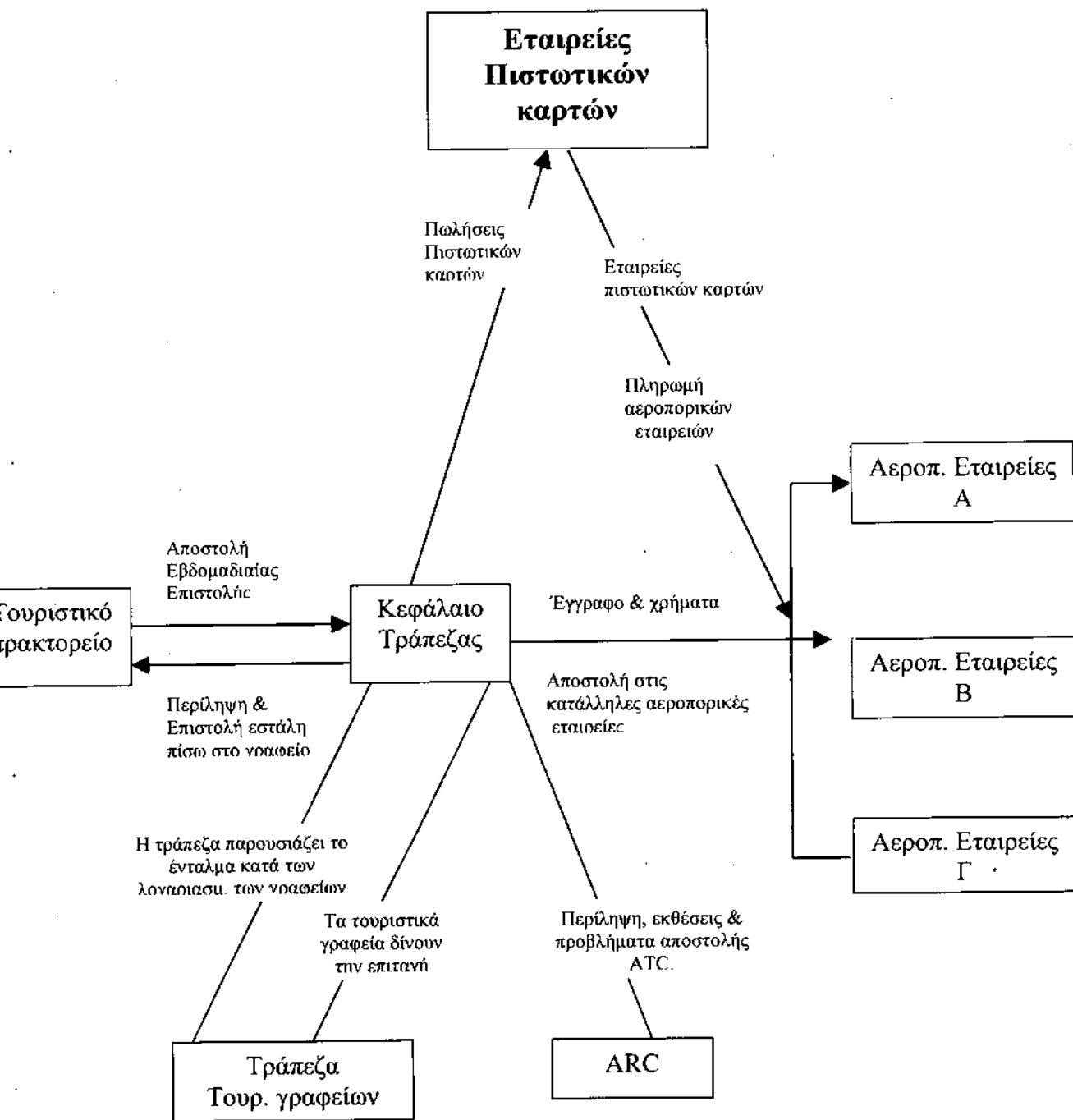
Οι διαδικασίες που ακολουθούνται είναι οι εξής:

- Κατ' αρχάς, τα εισιτήρια αριθμούνται και χρησιμοποιούνται κατά αύξουσα σειρά.
- Στα εισιτήρια που για κάποιο λόγο – λανθασμένη συμπλήρωση, ακύρωση, φθορά – καθίστανται μη εμπορεύσιμα, σημειώνεται η ένδειξη ΑΚΥΡΟ (VOID). Αυτό σημαίνει ότι δεν μπορούν να διατεθούν προς πώληση.
- Γίνεται καταγραφή και απογραφή τους σε τακτά χρονικά διαστήματα για τρεις λόγους:
 - α) Για να γνωρίζουμε το απόθεμά τους.
 - β) Για να πραγματοποιούμε την εκκαθάριση του λογαριασμού με τις μεταφορικές εταιρείες.
 - γ) Για να προβαίνουμε σε νέες παραγγελίες. Η εταιρεία θα μας προμηθεύσει με νέα εισιτήρια όταν εξαντλήσουμε αυτά που ήδη έχουμε.
- Η διακίνηση τους γίνεται μόνο από τον υπεύθυνο υπάλληλο.
- Η έκδοσή τους συνοδεύεται πάντα με την τοποθέτηση της σφραγίδας του πρακτορείου.
- Στη συνέχεια τα εισιτήρια παραδίδονται στον πελάτη. Η παράδοση συνοδεύεται από το απαραίτητο λογιστικό παραστατικό.

Μόνο όταν τηρούνται οι παραπάνω διαδικασίες μπορούμε να είμαστε σίγουροι ότι τα εισιτήρια ως εμπόρευμα είναι διασφαλισμένο.

4.7 ΣΧΕΔΙΟ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗ

Η απλούστευση της λειτουργίας των τουριστικών πρακτορείων γίνεται με το σχέδιο εξόφλησης του κεφαλαίου. Με αυτό το σχέδιο τα τουριστικά πρακτορεία μπορούν να χρησιμοποιούν ένα συνηθισμένο απόθεμα εισιτηρίων με το οποίο θα μπορούν να πουλήσουν όλα τα αεροπορικά εισιτήρια. Οι πωλήσεις των εισιτηρίων υπολογίζονται καθημερινά και ένα συνολικό ποσό, πηγαίνει κάθε εβδομάδα στη διευθέτηση κεφαλαίου της τράπεζας. Η τράπεζα επισπεύδει την πληρωμή στις αεροπορικές εταιρείες από τις οποίες είχαν εγκριθεί τα εισιτήρια. Οι αεροπορικές εταιρείες με τη σειρά τους πληρώνουν τους προμηθευτές των οποίων οι υπηρεσίες αναγράφονται σε κάθε εισιτήριο. Με αυτή τη διαδικασία τα τουριστικά πρακτορεία εκδίδουν μόνο μια επιταγή την εβδομάδα που καλύπτει τις συνολικές πωλήσεις των αεροπορικών εισιτηρίων της προηγούμενης εβδομάδας.



ΣΧΕΔΙΟ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗ

4.8 Σύστημα Galileo

Το Galileo είναι ένα σύστημα παροχής πληροφοριών και κρατήσεων. Είναι το πρώτο λειτουργικό παγκόσμιο υπολογιστικό σύστημα κρατήσεων με βάση στην Ευρώπη. Ιδρύθηκε το 1987 και αποτελεί κοινοπραξία δέκα αεροπορικών εταιρειών που συνεργάστηκαν για τη δημιουργία και λειτουργία ενός συστήματος κράτησης θέσεων, ταξιδιωτικής πρακτόρευσης και παροχής πληροφοριών ανά τον κόσμο το οποίο βασίζεται στην τεχνολογία της πληροφορικής.

Το σύστημα Galileo, τέσσερα χρόνια μετά τη δημιουργία του, έρχεται να υποστηρίξει τον ελληνικό τουρισμό, σε μια περίοδο που η συμμετοχή του στις διεθνείς τουριστικές εξελίξεις έχει καταστεί σοβαρός όρος για τη μελλοντική του επιβίωση αλλά και αναγκαιότητα αναβάθμισης και ανάπτυξής του. Το σύστημα Galileo με την αξιοποίηση της πληροφορικής δημιούργησε σύγχρονες συνθήκες ανάπτυξης για τον ελληνικό τουρισμό.

Η εταιρεία στην Ελλάδα είναι η Galileo Hellas, μία θυγατρική της Ολυμπιακής Αεροπορίας και εμπορικός αντιπρόσωπος του Galileo στην Ελλάδα. Η εταιρεία προσφέρει στους τουριστικούς πράκτορες της Ελλάδας όλες τις δυνατότητες που παρέχει το Galileo (front office και back office), προσαρμοσμένο στις εθνικές ανάγκες. Παρέχει επίσης τη δυνατότητα πωλήσεων στους τοπικούς φορείς παροχής υπηρεσιών που δεν υπάρχουν στο διεθνές σύστημα. Η Galileo Hellas συνδέει τα τουριστικά πρακτορεία με το διεθνές σύστημα, αναλαμβάνοντας ταυτόχρονα την εκπαίδευση προσωπικού, τη διαχείριση και υποστήριξη του συστήματος.

Από τη μια, το σύστημα θέτει όλο το μηχανισμό του Galileo Central System (συλλογή πληροφοριών στο Galileo International) στη διάθεση των τουριστικών πρακτορείων, με αποτέλεσμα να διευρύνονται σημαντικά οι επιχειρηματικοί τους ορίζοντες. Από την άλλη, δημιουργεί και επί της ουσίας το περιβάλλον εκείνο ώστε να μπορούν να αναπτυχθούν επιχειρήσεις δυναμικές και με σύγχρονες προδιαγραφές. Εξοπλίζει δηλαδή με τους καλύτερους όρους της αγοράς το τουριστικό πρακτορείο σε επίπεδο μηχανοργάνωσης ενώ μέσα στην εγκατάσταση και την αρχική συμφωνία συμπεριλαμβάνεται σύστημα διαχείρισης του πρακτορείου.

Το Galileo παρέχει δύο προϊόντα πρόσβασης προσαρμοσμένα στις διαφορετικές απαιτήσεις πρακτόρευσης. Το πρώτο είναι σχεδιασμένο να

χρησιμοποιείται κυρίως από πρακτορεία υψηλής απόδοσης, με πράκτορες απόλυτα καταρτισμένους στην εκμετάλλευση αυτού του προϊόντος μεγάλης αποδοτικότητας, ενώ τα πλεονεκτήματα του δεύτερου είναι η ευχρηστία κι η ελαχιστοποίηση της κατάρτισης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 Συστήματα για διοικητικές και λογιστικές εργασίες τουριστικού πρακτορείου.

Ανέκαθεν ο τουριστικός κλάδος χαρακτηριζόταν από υψηλή χρήση και αξιοποίηση της τεχνολογίας, της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, τόσο εσωτερικά, στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του κλάδου, όσο και για τη μεταξύ τους δικτυακή διασύνδεση και ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις πολύπλοκες, τυποποιημένες διαδικασίες, στην πολυσύνθετη δομή του κλάδου αυτού και κατά κανόνα στη μεγάλη απόσταση από τον τελικό καταναλωτή.

Η πληροφορική και η ανάπτυξη της τεχνολογίας υπολογιστών με ολοένα περισσότερο μειωμένο κόστος έχει αλλάξει δραματικά το τοπίο, την ποικιλία, την ποσότητα και την ποιότητα της πληροφόρησης και διευκόλυνε σημαντικά τις εργασίες του τουριστικού πρακτορείου.

Οι πιο συνηθισμένες λειτουργίες ενός πληροφοριακού συστήματος για διοικητικές και λογιστικές εργασίες είναι οι ακόλουθες:

- Αυτοματοποίηση των λειτουργιών παροχής υπηρεσιών και των σχετικών διαδικασιών τους.
- Παρακολούθηση προμηθειών: καταγραφή και ανάλυση των προμηθειών για κρατήσεις και σύνταξη καταστάσεων για κρατήσεις και οφειλόμενων προμηθειών για μια δεδομένη χρονική περίοδο (εβδομάδα ή μήνα).
- Σύνταξη αναφορών για αεροπορικά εισιτήρια (ARC): υπολογισμός και εκτύπωση των αναφορών ARC (εβδομαδιαία κατάσταση εισιτηρίων) και πιστωτικών σημειωμάτων.
- Έκδοση επιταγών για τις διάφορες πληρωμές.
- Παρακολούθηση πιστωτικών λογαριασμών: παρακολούθηση υπολοίπων οφειλόμενων σε προμηθευτές υπηρεσιών, πλην αεροπορικών εταιρειών, δηλαδή ξενοδοχεία, ναυτιλιακές εταιρείες, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων κ.λ.π.
- Παρακολούθηση χρεωστικών λογαριασμών: υπόλοιπα οφειλόμενα από επιχειρήσεις και μεμονωμένους πελάτες.
- Σύνταξη Γενικού Καθολικού: σύνταξη οικονομικών καταστάσεων κατά περιοχή ή των ενοποιημένων καταστάσεων για πρακτορεία που διαθέτουν υποκαταστήματα.

- Σύνταξη αναφορών για τις ανάγκες μανάτζμεντ και μάρκετινγκ της επιχείρησης. Αυτό επιτρέπει επίσης το σχεδιασμό των εξειδικευμένων αναφορών και οικονομικών καταστάσεων που έχει ανάγκη το πρακτορείο.
- Ανάλυση εκπτώσεων: ανάλυση των πωλήσεων και των δυνητικών εκπτώσεων που θα μπορούσαν να συνεισφέρουν σε πιο ορθολογική στρατηγική πωλήσεων.
- Βάσεις δεδομένων ως εργαλείο μάρκετινγκ: η χρήση μιας διασυνδεδεμένης βάσης στοιχείων για τη συλλογή πληροφόρησης αναφορικά με την πελατεία επιτρέπει ένα πιο εξειδικευμένο μάρκετινγκ. Αυτή η βάση δεδομένων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για το σχεδιασμό, την οργάνωση και την υλοποίηση προγραμμάτων διακοπών (πακέτων).
- Δημιουργία βάσης δεδομένων για όλους τους συνεργαζόμενους προμηθευτές υπηρεσιών και τις επιχειρηματικές τους δυνατότητες.
- Σύνταξη αλληλογραφίας προς πελάτες: το σύστημα μπορεί να συνδεθεί, με πρόγραμμα επεξεργασίας κειμένου (WORD), έτσι ώστε να ενισχύσει το άμεσο μάρκετινγκ με επιστολές προώθησης προς τους υφιστάμενους και δυνητικούς πελάτες.

Οι διαδικασίες των λειτουργιών είναι σύνθετες και πολυάριθμες. Η πληροφορική προσφέρει πολύτιμες υπηρεσίες για την εκτέλεσή τους με τρόπο σωστό, αποτελεσματικό και αξιόπιστο. Η χρησιμότητα της πληροφορικής στην επιχειρηματική δραστηριότητα των τουριστικών πρακτορείων είναι αναμφισβήτητα πολύτιμη.

5.2 Λογισμικές εφαρμογές

Τα κύρια προβλήματα που προέρχεται από τον τρόπο λειτουργίας ενός τουριστικού πρακτορείου (incoming ή outgoing) μπορούν να αντιμετωπιστούν με τις λογισμικές εφαρμογές. Οι λειτουργίες και οι δυνατότητες των λογισμικών εφαρμογών για την ορθολογική διαχείριση πληροφοριών και για την αποτελεσματικότερη λειτουργία της επιχείρησης του τουριστικού πρακτορείου είναι απεριόριστες.

Τα λογισμικά και οι λειτουργίες των συστημάτων έχουν αναπτυχθεί έτσι ώστε:

- να μειώσουν δραστικά τις επαναλαμβανόμενες εργασίες του τουριστικού πρακτορείου, δηλαδή να απλουστεύσουν την καθημερινή ρουτίνα.
- να βοηθούν ώστε να εκτελούνται οι διαδικασίες σε πολύ μικρό χρόνο, με αποτέλεσμα να αφιερώνεται περισσότερος χρόνος στην εξυπηρέτηση των πελατών.
- να παρέχουν εκτυπώσεις όλων των σχετικών εντύπων: vouchers, transfer orders, lists, invoices κ.λ.π.
- να παρέχουν ένα πολύ καλό εργαλείο αυτοματοποιημένων κατά το μέγιστο εργασιών, όπως προσφορές (quotations), δημιουργία αρχείων, έλεγχο κέντρων κόστους, λογιστική και οικονομική διαχείριση, σύνδεση με άλλα συστήματα κ.λ.π.
- να εξασφαλίζουν έγκαιρη, πλήρη και αξιόπιστη πληροφόρηση.

Στην περίπτωση που μία επιχείρηση τουριστικού πρακτορείου θα επιλέξει ένα λογισμικό αυτοματοποιημένου περιβάλλοντος εργασίας, θα πρέπει να διερευνήσει το θέμα ιδιαίτερα προσεκτικά, γιατί αυτή η ενέργεια αποτελεί μια σοβαρή επένδυση. Η επιλογή θα πρέπει να γίνει με τα εξής κριτήρια:

- Παρακολούθηση τόσο της καθημερινής εργασίας όσο και των συγκεντρωτικών στατιστικών στοιχείων.
- Αξιοπιστία, ταχύτητα και ευκολία χρήσης.
- Δυνατότητα σύνδεσης με άλλα γνωστά λογισμικά, όπως EXCEL ή LOTUS, καθώς και επεξεργαστές κειμένου (π.χ. WORD).
- Κατά πόσον το back office είναι συμβατό / εγκεκριμένο από το σύστημα κρατήσεων SABRE ή GALILEO.
- Ευελιξία και προσαρμογή στις νομικές, φορολογικές και διαδικαστικές εξελίξεις.

5.3 Η ηλεκτρονική μηχανογράφηση των τουριστικών πρακτορείων

Η ηλεκτρονική μηχανογράφηση των τουριστικών πρακτορείων καλύπτει διάφορα θέματα, όπως:

- Κίνηση συνεργαζόμενων ξενοδοχείων.
- Έκδοση εισιτηρίων.
- Εκδρομές.
- Allotment.
- Τμήμα οργάνωσης παραγωγής.
- Κρατήσεις κ.λ.π.

Όλα αυτά τα θέματα συνδέονται με τους λογαριασμούς της γενικής και αναλυτικής λογιστικής, ώστε να γίνονται οι ανάλογες χρεοπιστώσεις. Έτσι είναι δυνατόν να:

- γίνονται οι λογιστικές εγγραφές.
- να διαμορφώνονται ισοζύγια.
- να ενημερώνονται καρτέλες.
- να διαμορφώνεται ο ισολογισμός.

Ταυτόχρονα με το βασικό πρόγραμμα μπορούν να λειτουργούν υπό προγράμματα τιμολόγησης τα οποία προτείνουν την πλέον συμφέρουσα τιμή πώλησης τουριστικών προϊόντων, λαμβάνοντας υπόψη τις τιμές ορισμένων παραγόντων, προγράμματα ticketing, τα οποία είναι σε θέση να εντοπίσουν το χαμηλότερο κόστος για μια αεροπορική διαδρομή, λαμβάνοντας υπόψη επίσης μια συλλογή παραγόντων, όπως και άλλα προγράμματα.

5.4 Κατηγορίες μηχανών τουριστικού πρακτορείου

Οι μηχανές γραφείου είναι δυνατόν να διαιρεθούν στις ακόλουθες γενικές κατηγορίες:

α) Σ' αυτές που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία του εγγράφου και την αναπαραγωγή του (γραφομηχανές, στενογραφικές μηχανές, πολύγραφοι, φωτοαντιγραφικά μηχανήματα, Η/Υ κ.λ.π.).

β) Σ' αυτές που χρησιμοποιούνται για την προφορική και γραπτή επικοινωνία, καθώς και για τη μεταβίβαση και το διαχωρισμό του εγγράφου (τηλέφωνο, τηλέτυπο, μηχανές σφράγισης και αποσφράγισης αλληλογραφίας κ.λ.π.)

γ) Σ' αυτές που χρησιμοποιούνται για τη διαφύλαξη των εγγράφων και τη χρησιμοποίηση των στοιχείων τους (συστήματα διαλογής και επιλογής, συστήματα αρχειοθέτησης κ.λ.π.).

δ) Σε μηχανές ελέγχου και ασφάλειας (μηχανές παρουσίας, καταγραφής χρόνου – χρονομετρητές, συστήματα συναγερμού, κ.λ.π.).

ε) Σε μηχανές εκτέλεσης αριθμητικών πράξεων, καταχωρίσεων και επεξεργασίας αριθμητικών δεδομένων (αριθμομηχανές, ταμειακές, λογιστικές, υπολογιστικές, Η/Υ κ.λ.π.).

στ) Σε διάφορους βοηθητικούς μηχανισμούς χρήσιμους για όλες τις εργασίες του γραφείου (π.χ. συρραπτικές μηχανές, διατρητικές, μηχανές ημερομηνίας, καταστροφής απόρρητων εγγράφων κ.λ.π.).

5.5 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

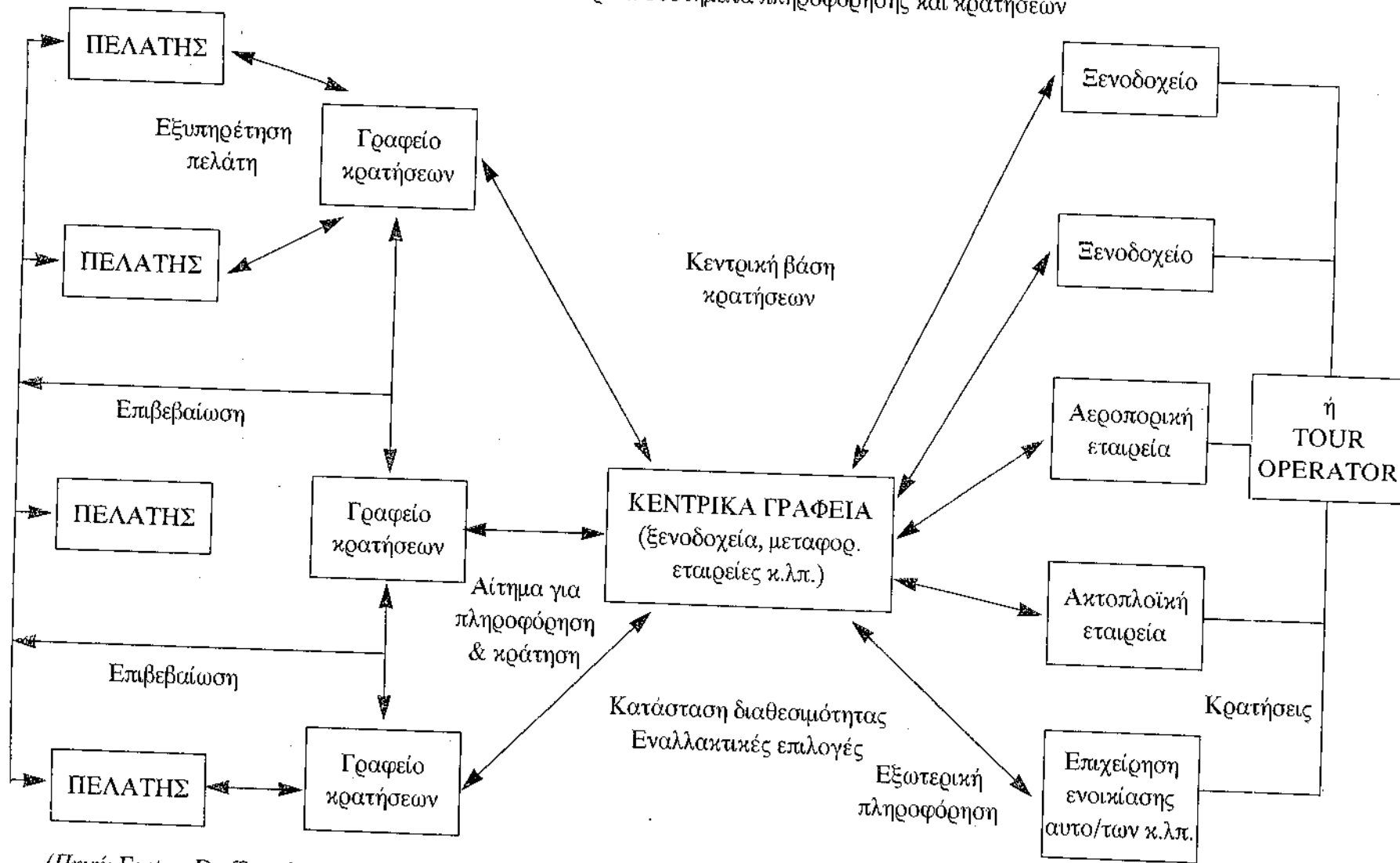
Η τεχνολογία των υπολογιστών και η πληροφορική έχουν διευρύνει τις δυνατότητες των συστημάτων κρατήσεων. Η χρήση της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών είναι ιδιαίτερα υψηλή όχι μόνο εσωτερικά στις διάφορες επιμέρους επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου αλλά και στην δικτυακή διασύνδεση μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου και την ηλεκτρονική διανομή του τουριστικού προϊόντος. Η μεγάλη απόσταση που κατά κανόνα υπάρχει μεταξύ του τελικού καταναλωτή του τουριστικού προϊόντος και των πολυάριθμων επιχειρήσεων – παραγωγής του οδήγησε στη δημιουργία διάφορων μορφών ηλεκτρονικών συστημάτων και δικτύων διανομής. Η αρχική τους μορφή ήταν αυτή των συστημάτων – δικτύων ηλεκτρονικών κρατήσεων CRS (Computerized Reservation Systems), τα οποία αναπτύχθηκαν αρχικά από αεροπορικές εταιρείες. Αυτά βαθμιαία εξελίχθηκαν, ώστε να παρέχουν τη δυνατότητα κράτησης θέσεων όχι μόνο στην ιδιοκτήτρια εταιρεία αλλά και σε πολλές άλλες αεροπορικές εταιρείες παράλληλα. Προς την κατεύθυνση αυτή στη συνέχεια κοινοπραξίες αεροπορικών εταιρειών προχώρησαν στη δημιουργία των μεγάλων συστημάτων – δικτύων γενικής διανομής GDS (Global Distribution Systems) τα οποία παρείχαν πλέον τη δυνατότητα αναζήτησης και κράτησης θέσεων στις πτήσεις όλων των αεροπορικών εταιρειών που πραγματοποιούν πτήσεις μεταξύ των ζητούμενων από τον πελάτη προορισμών.

Τα παραπάνω μεγάλα συστήματα – δίκτυα γενικής διανομής στη συνέχεια, εμπλουτίστηκαν σημαντικά. Σε αυτά συνδέθηκαν αρχικά μία σειρά από συστήματα – δίκτυα διανομής ξενοδοχειακών υπηρεσιών HDS (Hotel Distribution Systems), τα οποία είχαν αναπτυχθεί αυτόνομα και αργότερα μια σειρά συστημάτων ενοικίασης αυτοκινήτων. Έτσι τα συστήματα αυτά έγιναν βαθμιαία το σημαντικότερο και στρατηγικότερο κανάλι διανομής τουριστικών προϊόντων. Αποτελούν πλέον αυτόνομες επιχειρήσεις με υψηλά έσοδα τα οποία προέρχονται από τα ποσοστά που εισπράττουν επί όλων των πραγματοποιούμενων κρατήσεων μέσω αυτών. Τα σημαντικότερα από αυτά σήμερα είναι το AMADEUS, το GALILEO, το SABRE και το WORLDSPAN. Τα προαναφερόμενα συστήματα έχουν καταστεί εργαλεία απαραίτητα στην καθημερινή εργασία και εξυπηρέτηση της πελατείας στις επιχειρήσεις τουριστικών πρακτορείων που δραστηριοποιούνται στο ticketing, στα ατομικά ταξίδια και στα κατά παραγγελία πακέτα (tailor made package tours). Στη

διεθνή τουριστική αγορά τα συστήματα ηλεκτρονικών κρατήσεων κερδίζουν καθημερινά ολοένα και πιο σημαντική θέση. Τα GDS με την αναγκαία ενσωμάτωση του διαδικτύου θα είναι το μέλλον. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, το μέλλον των GDS είναι το διαδίκτυο και είναι το επόμενο στάδιο εξέλιξης των GDS.

Με την εμφάνιση του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου τα τουριστικά πρακτορεία ένιωσαν να απειλούνται από την εξέλιξη της τεχνολογίας. Το διαδίκτυο άρχισε να παρέχει τη δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να πραγματοποιεί τις κρατήσεις του άμεσα παρακάμπτοντας το τουριστικό πρακτορείο. Όμως η αντίδραση των εταιρειών συστημάτων κρατήσεων ήταν άμεση. Ετοίμασαν εφαρμογές για το διαδίκτυο, τόσο για τον τελικό καταναλωτή όσο και για το τουριστικό πρακτορείο. Με τη χρήση του διαδικτύου τα τουριστικά πρακτορεία έχουν ένα επιπλέον ευέλικτο εργαλείο στη διάθεση τους για να προσεγγίσουν και να εξυπηρετήσουν τον πελάτη τους.

Κεντρικά συστήματα πληροφόρησης και κρατήσεων



(Πηγή: Foster, D., *Travel and Tourism Management*, Macmillan Press Ltd., London 1985, σ. 246)

5.6 Πληροφορική & διαδίκτυο

Κατά τα τελευταία έτη παρατηρείται διεθνώς τεράστια επέκταση της χρήσης του Internet και παράλληλα μεγάλη μείωση του κόστους του και ταχύτατη ανάπτυξη της υποδομής του. Σε αυτό συμβάλλει το γεγονός ότι το Internet είναι ένα ανοικτό, ευρείας χρήσης και χαμηλού κόστους δίκτυο. Η ραγδαία αύξηση της χρήσης του διαδικτύου σημαίνει ότι εκατομμύρια άνθρωποι στον κόσμο έχουν τη δυνατότητα πλέον να αγοράζουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες από τον υπολογιστή τους στο γραφείο ή στο σπίτι και να κάνουν κρατήσεις ή να αγοράζουν εισιτήριο για πτήσεις ή να κλείνουν δωμάτιο σε ξενοδοχείο.

Ουσιαστικά, δύο είναι οι βασικές χρήσεις του διαδικτύου:

- Είναι εργαλείο προβολής για τις επιχειρήσεις και εργαλείο πληροφόρησης για τους ενδιαφερόμενους καταναλωτές.
- Είναι εργαλείο / κανάλι διάθεσης και πωλήσεων για τις επιχειρήσεις (ηλεκτρονικό εμπόριο ή e-commerce) και on-line αγορών για τους τουρίστες.

5.6.1 Το διαδίκτυο ως εργαλείο προβολής και πληροφόρησης

Το Internet αρχικά χρησιμοποιήθηκε από τις επιχειρήσεις κυρίως για την ηλεκτρονική προβολή τους, παρέχοντας μέσω των ιστοσελίδων τους (Web Sites) ηλεκτρονική πληροφόρηση προς τους πελάτες τους και γενικότερα προς το ενδιαφερόμενο κοινό, σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Ο τουρισμός ήταν από τις πρώτες υπηρεσίες που αναπτύχθηκαν στο διαδίκτυο. Γι' αυτό και υπάρχουν άπειρες ηλεκτρονικές σελίδες σχετικές με ταξίδια και διακοπές για κάθε χώρα του κόσμου. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα όλο και περισσότερα άτομα σε ολόκληρο τον κόσμο να συγκεντρώνουν την απαραίτητη πληροφόρηση και να οργανώνουν τις διακοπές τους μέσα από τις ηλεκτρονικές σελίδες του διαδικτύου. Ο υποψήφιος τουρίστας – καταναλωτής έχει τη δυνατότητα μέσα από την οθόνη του υπολογιστή του να αναζητήσει τις προσφορές και τις παρεχόμενες υπηρεσίες για κάθε προορισμό, να ανιχνεύσει τις χώρες, να ενημερωθεί

για τα αξιοθέατα και τα πολιτιστικά μνημεία και να ανακαλύψει κάθε ευκαιρία για πιο ευχάριστη παραμονή.

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις ήταν από τις πρώτες που αντιλήφθηκαν ότι το διαδίκτυο προσφέρει πολλές δυνατότητες και άρχισαν να προβάλλονται σε αυτό. Ήδη υπάρχουν πάρα πολλές ηλεκτρονικές διευθύνσεις (sites) τουριστικού περιεχομένου, στα ελληνικά αλλά και στις βασικές διεθνείς γλώσσες, με πολλές πληροφορίες για κάθε είδους τουρισμού. Στο διαδίκτυο υπάρχει πληθώρα στοιχείων σχετικά με δρομολόγια μεταφορικών εταιρειών, υπηρεσίες, ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, καθαρές ακτές, διαδρομές κ.α. Προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη να έχει μια σειρά από πληροφορίες, τόσο γενικές όσο και πιο εξειδικευμένες.

Μελλοντικά ολοένα και περισσότερα τουριστικά πρακτορεία θα χρησιμοποιούν το Internet δημιουργώντας ιστοσελίδες, οι οποίες θα προβάλλουν αισθητικά και λειτουργικά άρθρα την επιχείρησή τους.

5.6.2 Το διαδίκτυο ως εργαλείο κρατήσεων και πωλήσεων

Το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα άμεσης on-line κράτησης στους διάφορους προμηθευτές τουριστικών υπηρεσιών. Τα τουριστικά γραφεία προωθώντας την ιστοσελίδα τους στο Internet εξασφαλίζουν μεγάλη επισκεψιμότητα και φυσικά πολλές περισσότερες κρατήσεις. Όμως σήμερα, συνεχώς επεκτείνεται η χρήση του Internet από τις επιχειρήσεις προς την κατεύθυνση της πραγματοποίησης ηλεκτρονικών πωλήσεων (on-line sales) μέσω αυτού. Συγκεκριμένα, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στις ιστοσελίδες τους παρέχουν πλέον στους επισκέπτες, πέραν της ηλεκτρονικής πληροφόρησης και τη δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής παραγγελιών και πραγματοποίησης αγορών προϊόντων και υπηρεσιών τους.

Δεκάδες τουριστικά πρακτορεία λειτουργούν στο διαδίκτυο, προσφέροντας πακέτα διακοπών και αεροπορικά εισιτήρια. Η έκρηξη των on-line αγορών εξέπληξε ακόμη και τους πιο αισιόδοξους αναλυτές. Σήμερα τα πακέτα διακοπών που αγοράζονται με αυτό τον τρόπο στη Βρετανία φτάνουν σε κύκλο εργασιών το 1 δις στερλίνες. Πολλές εταιρείες, όπως η αεροπορική εταιρεία EasyJet και η εταιρεία ενοικίασης αυτοκινήτων Budget, προσφέρουν σημαντικές εκπτώσεις στις υπηρεσίες

που πωλούν μέσω του δικτύου. Διεθνώς υπάρχει η τάση ένα μεγάλο ποσοστό ταξιδιωτικών και τουριστικών υπηρεσιών να παρέχεται ηλεκτρονικά. Το παν στη συγκεκριμένη αγορά είναι η καλή ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Στην ελληνική τουριστική αγορά υπάρχουν ήδη εταιρείες, οι οποίες προωθούν το on-line σύστημα κράτησης και πληρωμής των προϊόντων και υπηρεσιών τους (σε ολόκληρο τον κόσμο, σε πέντε γλώσσες) είτε στον τελικό καταναλωτή είτε στην υπόλοιπη τουριστική αγορά. Πέρα από την εκκαθάριση της κράτησης και της πώλησης, η τουριστική επιχείρηση θα μπορεί να εισάγει ελεύθερα νέα προϊόντα – υπηρεσίες, αλλά και να διαμορφώνει, να διαχειρίζεται και να λαμβάνει αναφορές (reports) ανά πάσα στιγμή. Για παράδειγμα το τουριστικό πρακτορείο θα μπορεί να εισάγει στο δικό του περιβάλλον (Market Place), με ειδικά συστήματα ασφαλείας, τα πακέτα του και να τα διαθέτει σε άλλες τιμές στον τελικό καταναλωτή και σε διαφορετικές τιμές σε άλλα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία μπορεί να ενδιαφέρονται για τη μεταπώλησή τους. Ισχύει, βέβαια, και για άλλα προϊόντα – υπηρεσίες της αγοράς όπως: κρουαζιέρες, εισιτήρια, ενοικιάσεις, διαμονή στα διάφορα καταλύματα (ξενοδοχεία) κ.λ.π.

Ήδη πάνω από 2.862 τουριστικά πρακτορεία έχουν δημιουργήσει έναν εμπορικό ηλεκτρονικό τόπο (ιστοσελίδα), όπου μπορούν να προβάλλουν τα πακέτα τους και οι επισκέπτες της ιστοσελίδας έχουν τη δυνατότητα να τα προμηθευτούν με την πιστωτική τους κάρτα.

Τέλος, σημειώνουμε ότι υφίστανται περιπτώσεις λανθασμένων χρεώσεων και παραπόνων από μέρος των καταναλωτών. Οι ειδικοί συμβουλεύουν τους χρήστες να έρχονται σε επαφή με τα ξενοδοχεία, τις ναυτιλιακές και αεροπορικές εταιρείες που αναφέρονται στα ταξιδιωτικά sites, για να ρωτήσουν αν πράγματι ισχύουν οι προσφορές, όπως παρουσιάζονται στο διαδίκτυο, και να είναι προσεκτικοί αν τους ζητείται να πληρώσουν αμέσως ολόκληρο το ποσό.

Γενικό συμπέρασμα είναι ότι η προβολή στο διαδίκτυο συνθέτει το απόλυτο εμπορικό εργαλείο για τα τουριστικά πρακτορεία με τις νέες on-line υπηρεσίες που διατίθενται.

Κόμβοι παροχής πληροφοριών στο διαδίκτυο

ΥΠΗΡΕΣΙΑ – ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΕΙΔΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ
Ellada.com	www.Ellada.com	Αεροπορικά δρομολόγια Κυκλάδων, Σαρωνικού, Σποράδων, γραμμής Ελλάδας-Ιταλίας
GTPnet	www.gtpnet.gr	Αεροπορικά δρομολόγια για όλη την Ελλάδα
Ολυμπιακή Αεροπορία	www.olympic-airways.gr	Πτήσεις της εταιρείας
Cronus	www.cronus.gr	Πτήσεις της εταιρείας
All Hotels	www.all-hotels.gr/	Αναζητήσεις ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε όλη τη χώρα
Filoxenia	www.filoxenia.gr/	Ξενοδοχεία σε όλη την Ελλάδα με δυνατότητα online κρατήσεων για ορισμένα από αυτά
Infoxenios	www.areianet.gr/ infoxenios	Αναλυτικές πληροφορίες για διάφορους προορισμούς, μαζί με ιστορικά στοιχεία
Robby	www.robby.gr/ Travel-and- Tourism/ Regional-Info/	Διευθύνσεις τουριστικού ενδιαφέροντος για όλη την Ελλάδα
Travelling	www.travelling.gr	Διαμονή, μετακινήσεις και γενικές πληροφορίες
Vacation Net	www.vacation.net.gr/ p/index.html	Πληροφορίες γενικού χαρακτήρα
Υπουργείο Πολιτισμού	www.culture.gr	Όλοι οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία

5.6.3 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΜΕ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Όλα εκτός από τα πολύ μικρά τουριστικά πρακτορεία έχουν υπολογιστές συνδεδεμένα με το internet με ένα από τα μεγαλύτερα αεροπορικά συστήματα. Ο υπολογισμός κάποιων αεροπορικών τιμών δεν είναι δουλειά για ερασιτέχνες. Κάποιοι συνδεδεμένοι ναύλοι ποικίλουν ανάμεσα σε 21 ημερών, εκδρομές και σε άλλους τύπους ομάδων ναύλων. Είναι τόσο πολύπλοκοι που τα περισσότερα ταξιδιωτικά πρακτορεία αναφέρουν υπολογισμούς συγκεκριμένων ναύλων στις αεροπορικές εταιρείες. Πολλοί εξοργισμένοι πελάτες έχουν ανακαλύψει ότι ο πράκτορας με τον οποίο συνεργάζονται έχει υπολογίσει το ναύλο περισσότερο απ' ό τι πρέπει.

Οι πληροφορίες και οι ικανότητες των συστημάτων κρατήσεων είναι εκπληκτικές. Το αμερικανικό σύστημα Sabre, όπου είναι και το μεγαλύτερο απ' όλα είναι συνδεδεμένο με 50.000 υπολογιστές σε 12.000 τουριστικά πρακτορεία παγκοσμίως. Περιέχει 25.000 αεροπορικούς ναύλους 40.000 απ' τους οποίους ενημερώνονται κάθε μέρα. Χρησιμοποιώντας το σύστημα Sabre ο ταξιδιωτικός πράκτορας μπορεί να συνδεθεί με προγράμματα 650 αεροπορικών εταιρειών και να κάνει απ' ευθείας κρατήσεις με περισσότερες από 300 εταιρείες. Το σύστημα των αεροπορικών εταιρειών περιέχει πληροφορίες για τρένα, κρουαζιέρες και πληροφορίες για τις καιρικές συνθήκες των μεγάλων πόλεων του κόσμου.

Όπως το σύστημα Sabre μπορεί να κάνει μαθηματικούς υπολογισμούς και να δημιουργήσει ένα προφίλ πελατών, ο τουριστικός πράκτορας με το πάτημα ενός κουμπιού μπορεί να γνωρίζει αν ένας πελάτης (ο οποίος έχει ξαναέρθει στο γραφείο) προτιμά γεύματα για χορτοφάγους αν καπνίζει ή όχι και αν πληρώνει με πιστωτική κάρτα ή όχι.

5.7 Μηχανοργάνωση τουριστικού πρακτορείου

Στο σύγχρονο τουριστικό πρακτορείο προγραμματίζεται η λειτουργία του οργανωτικού σχήματος, σχεδιάζεται το προϊόν, μελετάται το κόστος και κυρίως χαράζονται οι κατευθυντήριες γραμμές πολιτικής της επιχείρησης. Τα θέματα εμφανίζονται πάντα με τη μορφή εγγράφων, πρωτότυπων ή αντιγράφων (έντυπα, αλληλογραφία, προγράμματα, εκθέσεις, διαγράμματα, λογαριασμοί, εκδόσεις εισιτηρίων κ.λ.π.), τα οποία η επιχείρηση είτε αποστέλλει, είτε λαμβάνει καθημερινά. Ταυτόχρονα πολλά έντυπα εκδίδονται για την εσωτερική επικοινωνία και διαχείριση του γραφείου.

Η διεκπεραίωση όλων αυτών των εργασιών, πολύ σημαντικών σε όγκο, βρίσκεται ολοένα και περισσότερο κάτω από την πίεση του χρόνου και πάντοτε κάτω από την προσταγή της «οικονομικής αρχής». Αυτοί είναι και οι βασικοί λόγοι για τους οποίους το πρακτορείο αναζήτησε και διαρκώς αναζητά τη συνδρομή μηχανικών εργαλείων, μηχανών γραφείου και ειδικών μηχανογραφικών μεθόδων. Με την εισαγωγή στο χώρο του γραφείου των μηχανικών μέσων και μεθόδων, δεν επιτυγχάνεται μόνο οικονομία χρόνου, χρημάτων και ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και ανάληψη έργων που θα ήταν αδύνατο με άλλο τρόπο να διεκπεραιωθούν.

5.8 E – commerce: μια δυναμική τουριστική αγορά

Η βιομηχανία των τουριστικών υπηρεσιών καταλαμβάνει με ταχείς ρυθμούς θέσεις στο διαδίκτυο, διεκδικώντας μερίδιο στην ταχύτητα αναπτυσσόμενη on-line αγορά από τις πρωτοπόρες εταιρείες του διαδικτύου, οι οποίες μέχρι πρόσφατα λειτουργούσαν ως ενδιάμεσοι. Οι αερομεταφορείς, τα ξενοδοχεία, οι πράκτορες τοποθετούνται λοιπόν στο διαδίκτυο. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ταχύτερη πλέον ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (Electronic Commerce) κατά τα τελευταία έτη και τη βαθμιαία καθιέρωση του Internet ως ενός νέου σημαντικού καναλιού προώθησης και διανομής πολλών προϊόντων και υπηρεσιών σε πολλούς σημαντικούς κλάδους.

Η εκπληκτική δυναμική ανάπτυξη της on-line αγοράς έχει δρομολογήσει σημαντικές ανακατατάξεις, ωθώντας ολοένα και περισσότερες «παραδοσιακές» επιχειρήσεις, όπως το Δίκτυο Κρατήσεων Ξενοδοχείων (Hotel Reservation Network), να εγκαταλείπουν το τηλεφωνικό σύστημά τους, για να μετακινηθούν στο διαδίκτυο. Η εξέλιξη αυτή αναμένεται να έχει σημαντικές επιπτώσεις και να προκαλέσει ανακατατάξεις σε πολλούς κλάδους της οικονομίας. Συγκεκριμένα αναμένεται να οδηγήσει στην αποδυνάμωση ή ακόμη και στην εξαφάνιση πολλών ενδιάμεσων, ιδιαίτερα όσων λειτουργούν ως απλοί μεταπωλητές και δεν προσφέρουν καμία προστιθέμενη αξία και τεχνογνωσία. Παράλληλα θα δημιουργηθούν νέοι ηλεκτρονικοί ενδιάμεσοι, οι οποίοι θα έχουν τη μορφή ειδικών ιστοσελίδων (Web Sites) ηλεκτρονικής προώθησης διανομής και πωλήσεων συγκεκριμένων κατηγοριών προϊόντων και υπηρεσιών πολλών εταιρειών.

Πάντως, ο μεγαλύτερος όγκος των on-line κρατήσεων σήμερα αντιστοιχεί στα τουριστικά πρακτορεία. Το νέο εμπορικό φάσμα που καθιέρωσε το διαδίκτυο αναδεικνύει νέες ευκαιρίες, νέες εμπορικές αρτηρίες και διευρύνει τους εμπορικούς ορίζοντες των τουριστικών επιχειρήσεων και στην Ελλάδα. Το e-commerce επιφέρει λοιπόν μια τεχνολογική «επανάσταση» στο χώρο του τουρισμού. Απομένει στις επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που τους προσφέρει η νέα αγορά τουρισμού που διαμορφώνεται από τη δικτυακή οικονομία.

Πρόσφατα ένα ελληνικό δίκτυο τουρισμού, με οργανωμένα ηλεκτρονικά τουριστικά καταστήματα στο διαδίκτυο, έχει οικοδομήσει έναν τουριστικό κόμβο που προσφέρει ένα δικτυακό πακέτο υποστήριξης τουριστικών υπηρεσιών. Οι συνεργάτες

του δικτύου, αλλά και χρήστες του διαδικτύου, μπορούν να πραγματοποιήσουν από το σπίτι τους αγορές και πληρωμές στα τουριστικά προϊόντα του δικτύου. Το σύστημα διαχειρίζεται αυτόματα τις διαθεσιμότητες και τις κρατήσεις αποστέλλοντας σε πραγματικό χρόνο στους ενδιαφερόμενους τα ταξιδιωτικά έγγραφα με μηδενικό λειτουργικό κόστος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

6.1 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυσύνθετο κοινωνικό φαινόμενο. Ο τουρίστας έχει τη δική του κουλτούρα, παιδεία, βιώματα και ενδιαφέροντα. Για κάθε τουρίστα οι διακοπές είναι η ευτυχέστερη περίοδος του χρόνου και η φυγή από την ρουτίνα της καθημερινής πραγματικότητας.

Συγκεκριμένα:

- Ο τουρίστας που έχει αγοράσει ένα πρόγραμμα διακοπών έχει λάβει μια υπόσχεση ξέγνοιαστων διακοπών. Τα τουριστικά πρακτορεία αναλαμβάνουν το βάρος για την εκπλήρωση της υπόσχεσης και την ικανοποίηση των απαιτήσεων των τουριστών.
- Ο σημερινός ξένος τουρίστας έχει συγκεντρώσει ένα πλήθος εμπειριών. Έχει κάνει πολλά ταξίδια και έχει επισκεφθεί αρκετά μέρη σε όλη την υφήλιο. Είναι λοιπόν πολύπειρος και απαιτητικός, υπό την έννοια ότι ξέρει τι θέλει και συγκρίνει παροχή υπηρεσιών, εξυπηρέτηση και τιμές.
- Υπό την παραπάνω έννοια, η πραγματικότητα για το τουριστικό πρακτορείο είναι ότι αναπτύσσονται επιχειρηματικές δραστηριότητες και πρωτοβουλίες, καθώς λειτουργεί σε ένα πλαίσιο ώριμης αγοράς, τόσο από την άποψη της ζήτησης, όσο και από την πλευρά της προσφοράς.

Τα παράπονα και οι καταγγελίες που αφήνουν πίσω οι τουρίστες για τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται στη χώρα μας, τα τελευταία χρόνια, παρουσιάζουν ανοδική πορεία. Τα κρούσματα και τα περιστατικά τα οποία όλοι καταδικάζουμε, δυστυχώς δεν περιορίζονται ούτε απομονώνονται. Οι αρμόδιες κρατικές υπηρεσίες πρέπει να εφαρμόσουν αυστηρά το νόμο και να πάρουν μέτρα για την καταπολέμηση αυτών των κρουσμάτων, ώστε να πάψει πλέον να διαφημίζεται αρνητικά σε διεθνές επίπεδο το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Ειδικά για τη χώρα μας που ο τουρισμός είναι μεγίστης σημασίας από οικονομικής πλευράς. Η Ελλάδα είναι χώρα απείρου φυσικού κάλλους, κατά συνέπεια το τουριστικό της προϊόν θα πρέπει να ανταποκρίνεται στις ποιοτικές απαιτήσεις των ξένων τουριστών.

6.2 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Οι ταξιδιωτικές τάσεις θ' αλλάξουν λόγω της αύξησης της δαπάνης των ταξιδιών, των τρομοκρατικών ενεργειών, της πολιτικής αστάθειας, της οικονομικής κατάστασης, των ασθενειών και λόγω του ότι συχνά δεν έχουν το αναμενόμενο service για το οποίο ο πελάτης έχει πληρώσει. Κάποιοι άνθρωποι μπορεί να προτιμούν την ασφάλεια τους και να μένουν στο σπίτι, παρά να θέτουν σε κίνδυνο τη ζωή τους ή να υφίστανται διάφορες δαπάνες. Οι άνθρωποι μπορούν να χρησιμοποιούν βίντεο με στερεοφωνικό ήχο, καλογραμμένα βιβλία με εικόνες, χάρτες και άλλες οπτικοακουστικές μεθόδους για να εκπληρώσουν τις ταξιδιωτικές τους απαιτήσεις.

Αν και οι πελάτες θέλουν ασφάλεια, πάντα θα υπάρχουν άνθρωποι που θα θέλουν να δουν τον κόσμο. Ο διευθυντής του ταξιδιωτικού πρακτορείου στο μέλλον θα χρειαστεί να επιλέγει προϊόντα, προορισμούς και τεχνικές αγοράς για να προσελκύει πελάτες. Οι μελλοντικές τάσεις στο ταξίδι προβλέπεται να είναι οι εξής:

1. Τα ομαδικά ταξίδια ή τα ταξίδια με όλες τις ανέσεις πληρωμένες θα γίνονται όλο και πιο δημοφιλή. Οι πελάτες θα θέλουν να ταξιδεύουν σαν ομάδα, να μένουν σε όμορφα θέρετρα που θα καλύπτουν όλες τις ανάγκες τους.
2. Οι περισσότεροι πελάτες θα θέλουν να επισκέπτονται εξωτικά μέρη, και να βεβαιώνουν ότι το παγκόσμιο οικονομολογικό σύστημα βελτιώνεται. Θα θέλουν να γνωρίζουν την παγκόσμια κατάσταση και να παίρνουν ενεργό μέρος σ' αυτή. Η πώληση οικολογικού τουρισμού συχνά αναφέρεται στη βιομηχανία σαν marketing της φύσης. Ο σημερινός ταξιδιώτης είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος στα περιβαλλοντολογικά θέματα.
3. Οι πελάτες θα θέλουν να δοκιμάζουν διακοπές όπου θα έρχονται σε επαφή με τους ντόπιους κάθε χώρας και θα μοιράζονται τα ενδιαφέροντά τους.
4. Οι πελάτες θα συνεχίζουν να θέλουν διακοπές ανάλογες της τιμής που έχουν πληρώσει. Πολλοί πελάτες θα θέλουν τη χαμηλότερη δυνατή τιμή για τις διακοπές τους για να μπορούν να διασκεδάσουν και να πραγματοποιήσουν αγορές. Τα πρακτορεία που θα δώσουν τη σωστή τιμή θα έχουν και την περισσότερη δουλειά.
5. Μερικά πρακτορεία μπορεί να σταματήσουν να πωλούν αεροπορικά εισιτήρια και να επικεντρώνονται μόνο σε εξειδικευμένες εκδρομές. Λόγω του ότι τα

υπερπρακτορεία θα προσφέρουν περισσότερο ανταγωνιστικές τιμές στα αεροπορικά εισιτήρια τα μικρότερα πρακτορεία πιθανόν να μην μπορούν να τα ανταγωνιστούν.

6.3 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η επιβίωση στο μέλλον για τα τουριστικά γραφεία θα απαιτήσει δημιουργικό marketing και ικανότητες πώλησης. Οι τουριστικοί πράκτορες θα πρέπει να βασίζονται στους υπολογιστές τους για όλα τα στοιχεία ενός ταξιδιού. Η τουριστική βιομηχανία είναι συναρπαστική πρόκληση και με πολλές αλλαγές. Ο εκσυγχρονισμός απαιτεί προετοιμασία.

Οι διευθυντές του μέλλοντος θα χρειαστεί να είναι αποτελεσματικοί επιχειρηματίες. Χρειάζεται να είναι ενήμεροι των τάσεων, να κάνουν επιτυχίες marketing και να έχουν την ικανότητα να παίρνουν γρήγορες και σωστές αποφάσεις αλλά και να προσαρμόζονται στις αλλαγές.

Αν και είναι αδύνατον να προβλέψουμε με ακρίβεια μελλοντικές αλλαγές στην τουριστική βιομηχανία, κάποιες προκλήσεις που θα αντιμετωπίσουν οι διευθυντές είναι:

Υπερπρακτορεία (Mega - Agencies): Τα υπερπρακτορεία θα έχουν ανταγωνιστικές τιμές λόγω του μεγαλύτερου όγκου τους και θα μπορούν να κάνουν συμβάσεις για χαμηλές τιμές σε αεροπορικά εισιτήρια, κρουαζιέρες και τουρισμό.

Ανταγωνισμός: Ο ανταγωνισμός συνεχώς αυξάνεται. Κάθε χρόνο περισσότερα πρακτορεία ανοίγουν τις πόρτες τους παρά τις κλείνουν. Επίσης αυξάνεται ο ανταγωνισμός με τους προμηθευτές.

Marketing: Οι διευθυντές του μέλλοντος χρειάζεται να κάνουν καλό marketing. Θα χρειαστεί να είναι επιχειρηματίες με δυνατή γνώση και εμπειρία στο marketing και στις πωλήσεις.

Διαφήμιση / Προώθηση: Η διαφήμιση και η προώθηση πρέπει να γίνονται αποτελεσματικά και δημιουργικά. Οι πελάτες θα θέλουν να μάθουν γρήγορα για ποιο λόγο να απευθυνθούν σ' ένα συγκεκριμένο πρακτορείο. Οι τρόποι προώθησης που θεωρούνται καταλληλότεροι και αποδοτικότεροι από τους υπεύθυνους των

τουριστικών πρακτορείων είναι η διαφήμιση στην εφημερίδα και τα έντυπα που εκδίδουν.

Συνεχή εκπαίδευση των υπαλλήλων: Η συνεχής εκπαίδευση των υπαλλήλων βοηθάει τόσο το πρακτορείο όσο και τους εργαζόμενους στην αύξηση του επαγγελματισμού. Οι εργαζόμενοι χρειάζεται να είναι καλά ενημερωμένοι για τα προϊόντα και τους προορισμούς του πρακτορείου. Ο διευθυντής θα πρέπει να οργανώσει σεμινάρια και ημερίδες εργασίας με θέματα που θα κυμαίνονται από τις διαδικασίες έκδοσης εισιτηρίων μέχρι τις τελευταίες βελτιώσεις σε συστήματα κομπιούτερ και τις τεχνικές πώλησης.

Νέα προϊόντα και υπηρεσίες

Οι διευθυντές του μέλλοντος πρέπει να είναι έτοιμοι να διαθέσουν προϊόντα και υπηρεσίες που θα τους βοηθήσουν να παραμείνουν ανταγωνιστικοί και επιτυχημένοι. Και τα τουριστικά πρακτορεία ως επιχειρήσεις και τα πρακτορεία ταξιδίων αναψυχής πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα ακόλουθα προϊόντα και υπηρεσίες:

- Αυτόματα μηχανήματα εισιτηρίων, υποκαταστήματα κ.λ.π. Μηχανήματα με έγχρωμες φωτογραφίες και κάρτες από μέρη τα οποία θέλουν να επισκεφθούν.
- Πλήρη αυτοματοποίηση των λειτουργιών του γραφείου με κομπιούτερ.
- Χρήση μιας εταιρείας που θα βοηθά στην εξεύρεση των χαμηλότερων δυνατών τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων.
- Εξειδικευμένες εταιρείες σε κρουαζιέρες, τουρισμό και παροχή υπηρεσιών, που θα δείχνουν πιο γρήγορα στους πελάτες τι θα πάρουν ενώ θα μπορούν να κλείνουν ταχύτερα θέση.
- Ηλεκτρονικά ταχυδρομεία, κινητό τηλέφωνο στο αυτοκίνητο, κινητοί εκτυπωτές, φορητά κομπιούτερ, συνδυασμοί τηλεόρασης, βίντεο, φορητά μόντεμς και FAX. Αυτά εξοικονομούν χρόνο στην επικοινωνία με τους προμηθευτές, πελάτες και το προσωπικό εξωτερικών πωλήσεων.

Οι υπάλληλοι εξωτερικών πωλήσεων που δουλεύουν στο σπίτι, θα έχουν το δικό τους προσωπικό υπολογιστή για να κλείνουν κάποιες κρουαζιέρες. Έτσι, θα

αφήνουν ελεύθερο χώρο στο τουριστικό πρακτορείο για την έκδοση εισιτηρίων. Προμηθευτές που χρησιμοποιούν FAX, θα ειδοποιούν γρήγορα τα τουριστικά πρακτορεία για εκπτώσεις και νέα προϊόντα.

Ελαστικό ωράριο

Λόγω της αλλαγής της φύσης της κοινωνίας μας, μπορεί να είναι πιο πρακτικό για τους διευθυντές να ξανασκεφτούν τις απαιτήσεις χώρου και προσωπικού στο γραφείο τους. Το ελαστικό ωράριο επινοήθηκε για να βοηθήσει στην ανακούφιση κάποιων καταστάσεων που συμβαίνουν στην καθημερινή μας ζωή. Η ελαστικότητα του ωραρίου γίνεται όλο και πιο πρακτική και πιο δημοφιλής.

6.4 Τεχνολογικές εξελίξεις: Ευχή ή κατάρα για τα τουριστικά πρακτορεία;

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει ότι ο τουρισμός θα σημειώσει πραγματική ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 3,7% έως το 2010. Όσον αφορά τις δαπάνες για αεροπορικά εισιτήρια και διακοπές, οι εκτιμήσεις είναι εξίσου αισιόδοξες. Φαντάζεται κανείς ότι τα τουριστικά πρακτορεία θα ατενίζουν το μέλλον με αισιοδοξία. Όμως, παρά την αύξηση του τουρισμού, τα έσοδα τους απειλούνται. Ο κλάδος των τουριστικών πρακτορείων βρίσκεται αντιμέτωπος με την υψηλή τεχνολογία, που απειλεί την επιβίωσή του.

Σε παγκόσμια κλίμακα, ο κλάδος των τουριστικών πρακτορείων διαιρείται σε τρεις κατηγορίες: Κυρίαρχες στην αγορά είναι οι μεγάλες ή «πολλαπλές» αλυσίδες, όπως η American Express και η βρετανική Lunn Poly. Έπονται οι ανεξάρτητες, που «απεύχονται» την κυριαρχία των μεγάλων. Τέλος, υπάρχει μια πλειάδα «ειδικών», που εξειδικεύονται στις κρουαζιέρες, τα φθηνά εισιτήρια κ.λ.π. Παράλληλα υπάρχουν πλέον και επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες τουριστικού πρακτορείου, που δεν έχουν σχέση με τον τουρισμό, όπως για παράδειγμα αλυσίδες σούπερ μάρκετ στη Γαλλία. Σε πολλές επιχειρήσεις, η κάθετη συγκέντρωση, δηλαδή οι Τ.Ο. ελέγχουν τα τουριστικά πρακτορεία που πωλούν τις υπηρεσίες τους, βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης. Κύρια πηγή εσόδων των τουριστικών πρακτορείων είναι οι προμήθειες οι οποίες διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα και το προϊόν.

Στη Βρετανία, τα ¾ του κύκλου εργασιών ενός τουριστικού πρακτορείου προέρχονται, κατά μέσο όρο, από τα επιχειρηματικά ταξίδια και τα τουριστικά πακέτα. Στις ΗΠΑ, η μεγαλύτερη πηγή εσόδων είναι οι κρατήσεις εισιτηρίων για εσωτερικά ταξίδια. Μέχρι πρόσφατα, οι προμήθειες θεωρούνταν δεδομένες και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού. Σήμερα υπάρχουν πιέσεις, από πελάτες και προμηθευτές. Οι μεγάλοι αερομεταφορείς αρχίζουν να θέτουν όριο στην αμοιβή των τουριστικών πρακτορείων. Για παράδειγμα, η Delta Airlines, αντί για προμήθεια 10% καταβάλλει στο πρακτορείο μόνο 25 δολάρια για κάθε απλό ταξίδι και 50 δολάρια για ταξίδι με επιστροφή.

Οι δε τουρίστες επιθυμούν όλο και περισσότερο να σχεδιάζουν οι ίδιοι τις διακοπές τους, αντί να αγοράζουν τα «προκατασκευασμένα» πακέτα. Έτσι συχνά παρακάμπτουν τα τουριστικά πρακτορεία. Για να ικανοποιήσουν τη ζήτηση ταξιδιών

σε όλο και ευρύτερο φάσμα προορισμών, τα τουριστικά πρακτορεία χρειάζονται πια την πληροφορική. Ωστόσο η φανταχτερή νέα τεχνολογία είναι «ευχή και κατάρα» μαζί, αφού έχει τη δυνατότητα να υποσκάψει τη θέση των τουριστικών πρακτορείων, επιτρέποντας στους προμηθευτές υπηρεσιών άμεση συναλλαγή με τους καταναλωτές. Εκτιμάται ότι οι χρήστες του διαδικτύου δαπανούν περίπου 21 δις δολάρια ΗΠΑ ετησίως σε αεροπορικούς ναύλους. Σε λίγο καιρό πολλοί από αυτούς θα χρησιμοποιούν τους προσωπικούς τους υπολογιστές για κρατήσεις εισιτηρίων. Το 1998, η United Airlines και η Microsoft ανακοίνωσαν συμφωνία που «θα οδηγήσει τους ταξιδιώτες στον 21^ο αιώνα», μια υπηρεσία on-line, η οποία μετατρέπει τους προσωπικούς υπολογιστές σε «επιτραπέζιους τουριστικούς πράκτορες». Η υπηρεσία θα παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα on-line αγοράς αεροπορικών εισιτηρίων, ενοικίασης αυτοκινήτου και κράτησης δωματίου.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη βαθμιαία αποδυνάμωση ή ακόμη και η εξαφάνιση πολλών ενδιάμεσων του τουριστικού κλάδου, και ιδίως κάποιων τουριστικών πρακτορείων τα οποία λειτουργούν ως απλοί μεταπωλητές, παρέχουν απλές και τυποποιημένες υπηρεσίες και δεν προσφέρουν καμία προστιθέμενη αξία και τεχνογνωσία. Αντίθετα, αναμένεται να επιβιώσουν ή και ενδεχομένως να αναβαθμιστούν τα τουριστικά πρακτορεία, τα οποία διαθέτουν ειδική τεχνογνωσία και παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες με υψηλή προστιθέμενη αξία για ειδικές μορφές τουρισμού, ειδικές γεωγραφικές περιοχές, ειδικές κατηγορίες πελατών κ.λ.π.

Η διευρυμένη χρήση των νέων τεχνολογιών στη διάθεση των ταξιδιωτικών υπηρεσιών, από το εισιτήριο μέχρι το τουριστικό πακέτο, προσφέρουν μεν ταχύτητα και εξοικονόμηση χρημάτων, πλην όμως δεν μπορούν να υποκαταστήσουν την ίδια την ουσία του επαγγέλματος του τουριστικού πράκτορα, η οποία συνίστανται στην εμπειρία και την ποιότητα εξυπηρέτησης και παροχής συμβουλών. Έτσι, η νέα πρόκληση των ηλεκτρονικών πωλήσεων προς τους πελάτες θα αναπτυχθεί, εφόσον είναι στο πνεύμα των καιρών, αλλά τα πρακτορεία που προσανατολίζουν τις προσπάθειες τους προς την ποιότητα της εξυπηρέτησης θα έχουν πάντα μια πελατεία, η οποία αναζητεί ένα τουριστικό προϊόν εξατομικευμένο. Το ουσιαστικό είναι ότι πάντα θα υπάρχει ένας ειδικός για να καθοδηγεί των καταναλωτή μέσα από μια πληθώρα επιλογών. Τα τουριστικά πρακτορεία θα πρέπει να είναι καλύτερα ενημερωμένα και εξοπλισμένα, αφομοιώνοντας τη νέα τεχνολογία.

Είναι πολύ πιθανό το ηλεκτρονικό εμπόριο να διευρύνει την αγορά / πελατεία προσελκύοντας νέους πελάτες, οι οποίοι δεν απευθύνονταν στα τουριστικά

πρακτορεία για την οργάνωση των διακοπών και των ταξιδιών τους. Και στον κλάδο του τουρισμού, όπως άλλωστε ισχύει και σε πολλούς άλλους κλάδους η μελλοντική οικονομία θα είναι σε μεγάλο βαθμό «Οικονομία της Γνώσης». Επίσης, ήδη έχουν δημιουργηθεί, και στο άμεσο μέλλον αναμένεται να δημιουργηθούν ακόμη περισσότεροι, νέοι ηλεκτρονικοί ενδιαμέσοι στον κλάδο του τουρισμού, οι οποίοι θα έχουν τη μορφή ειδικών ιστοσελίδων (Web Sites) ηλεκτρονικής προώθησης, διανομής, πωλήσεων και πληρωμής διάφορων τουριστικών προϊόντων.

Επιπρόσθετα, τα τουριστικά πρακτορεία δεν κινδυνεύουν να εξαφανιστούν, στο βαθμό που η ποιότητα της εξυπηρέτησης και των συμβουλών καλύπτουν ένα αίσημα και μια ψυχολογική ανάγκη που συνεπάγεται κυρίως το οργανωμένο ταξίδι και τα οποία αναζητά κάθε τουρίστας, δηλαδή την ασφάλεια και τη σιγουριά.

6.5 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ.

Το μέλλον των τουριστικών πρακτορείων διαγράφεται λαμπρό. Τα πρακτορεία θα μπορούν να έχουν άμεση πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες μέσω των υπολογιστών απ' ότι μέχρι τώρα. Οι υπάλληλοι του γραφείου θα μπορούν να βρουν πληροφορίες που αφορούν όχι μόνο τους ναύλους και τα εναλλακτικά δρομολόγια αλλά και πληροφορίες που αφορούν τις καιρικές συνθήκες ανά τον κόσμο. Επίσης θα υπάρχει άμεση πληροφόρηση για το αν υπάρχουν διαθέσιμα δωμάτια σε μεγάλα ξενοδοχεία σε όλον τον κόσμο και όλα αυτά με το πάτημα ενός κουμπιού.

Το σύστημα πωλήσεων των τουριστικών πρακτορείων θα τελειοποιηθεί δηλαδή θα υπάρξει ακόμα μεγαλύτερη εξειδίκευση. Ένα μικρό δείγμα των τουριστικών πρακτορείων του μέλλοντος μπορεί να πάρει κανείς από το EPCOT (Center at Disney World) όπου μέσω μιας κογσόλας που ενεργοποιείται με ένα άγγιγμα και απαντώντας σε ερωτήσεις μέσω του υπολογιστή μπορεί κανείς να διαλέξει τον προορισμό που επιθυμεί. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, ο υπολογιστής θα απεικονίσει στην οθόνη σκηνές από 27 προορισμούς διακοπών από όλον τον κόσμο έτσι ώστε να διαλέξει το κοινό.

Τα ανεξάρτητα μικρά τουριστικά πρακτορεία δεν θα ευνοηθούν από τον μεγάλο αριθμό αλλαγών που έχουν γίνει. Πολλές επιχειρήσεις συνεργάζονται με τα τουριστικά πρακτορεία, και έχουν δημιουργήσει επιπρόσθετο ανταγωνισμό. Ένας μεγάλος αριθμός τραπεζών παρέχει τουριστικές υπηρεσίες και είναι σε θέση να παρέχει και τουριστικά δάνεια. Με αυτόν τον τρόπο τα τουριστικά πρακτορεία έχουν εισχωρήσει στις τράπεζες κάτι που βρίσκει την αμερικάνικη ένωση των τουριστικών πρακτορείων αντίθετη, δηλώνοντας πως είναι άδικος ανταγωνισμός. Εκτός από τις τράπεζες, μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων συνεργάζονται με τα τουριστικά πρακτορεία και κάποιες από αυτές τα έχουν εγκαταστήσει και μέσα στα καταστήματά τους.

Εκτός από τα παραπάνω κάποιες ακόμη αλλαγές οι οποίες τείνουν προς την υπερβολή έχουν ήδη πραγματοποιηθεί και δημιουργούν προβλήματα στα τουριστικά

πρακτορεία. Μία από αυτές τις αλλαγές είναι η τακτική των αεροπορικών εταιρειών, οι οποίες διαπραγματεύονται το μεγαλύτερο μέρος των ναύλων απευθείας με τους πελάτες οι οποίοι συνεργάζονται με τις εταιρείες αυτές συνεχώς. Με αυτόν τον τρόπο παρακάμπτονται τα τουριστικά πρακτορεία και μειώνονται οι τιμές περίπου στο 25% του κόστους του αεροπορικού εισιτηρίου.

Μία ακόμη αλλαγή που δεν ευνοεί τα τουριστικά πρακτορεία είναι η χρησιμοποίηση ενός προγράμματος που κοστίζει περίπου εκατό ευρώ και με το οποίο ένας μεμονωμένος ταξιδιώτης μπορεί να μετατρέψει τον προσωπικό του υπολογιστή σε ένα σύστημα κρατήσεων και εισιτηρίων που θα μπορεί να θέσει σε λειτουργία στο σπίτι ή στο γραφείο.

Αυτό το σύστημα χρησιμοποιείται από πολλές χώρες του κόσμου μέσω του οποίου πραγματοποιούνται κρατήσεις πτήσεων, ξενοδοχείων, λιμουζινών κ.α. Με αυτό το σύστημα ο υπολογιστής κάνει κρατήσεις και πληρώνει για τα εισιτήρια απ' ευθείας μέσω μιας σύνδεσης με τα τουριστικά πρακτορεία.

Οι Αμερικανικές αερογραμμές χρησιμοποιούν ένα σύστημα που ονομάζεται EASY SABRE το οποίο πραγματοποιεί προσωπικές κρατήσεις και είναι σε απ' ευθείας σύνδεση με 14 δίκτυα υπολογιστών. Με το σύστημα αυτό, πληρώνοντας κάποια ωριαία αμοιβή και χρησιμοποιώντας έναν υπολογιστή και ένα modem για την επικοινωνία μέσω internet, μπορεί να βρει πληροφορίες για πτήσεις που αφορούν πάνω από 650 αεροπορικές εταιρείες παγκοσμίως όπως επίσης να βρει πληροφορίες σχετικά με τις πιο γρήγορες διαδρομές ανάμεσα στις πόλεις και πάνω από 25 χιλιάδες τιμές αεροπορικών εισιτηρίων. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα έτσι ώστε ο πελάτης να μπορεί να διαλέξει δωμάτιο από μια ποικιλία 12000 ξενοδοχείων όπως επίσης θα μπορεί να διαλέξει αυτοκίνητα από μια ποικιλία 20 γραφείων ενοικιάσεως αυτοκινήτων.

Μια ακόμη απειλή για τα τουριστικά γραφεία είναι οι αυτόματες μηχανές εισιτηρίων στα αεροδρόμια, στους σιδηροδρομικούς σταθμούς και στα λόμπι των ξενοδοχείων. Χρησιμοποιώντας μια πιστωτική κάρτα και πατώντας την ώρα και τον προορισμό που θέλει κανείς να πάει σε αυτό το μηχάνημα, αυτόματα βγαίνει το εισιτήριο.

Τα προγράμματα Frequent - Flyer που αφορούν αεροπορικές εταιρείες και Frequent- hotel που αφορούν τα ξενοδοχεία είναι ακόμη μια απειλή για τα τουριστικά πρακτορεία. Το 1981 οι αμερικάνικες αερογραμμές ήταν οι πρώτες που παρουσίασαν αυτό το πρόγραμμα. Τα προγράμματα Frequent - Flyer ανταμείβουν (κυρίως τους πελάτες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους) της εταιρείας που προσφέρει το πρόγραμμα. Πολλές αεροπορικές εταιρείες παρέχουν δωρεάν δωμάτια ξενοδοχείων στους πελάτες. Η αλυσίδα ξενοδοχείων Holiday Inn το 1983 ξεκίνησε να ανταμείβει τον πελάτη που έχει έρθει με αυτό το πρόγραμμα με επιπρόσθετους πόντους για κάθε φορά που θα επισκέπτεται το ξενοδοχείο.

Τα μικρά τουριστικά πρακτορεία όπως και τα μικρά ανεξάρτητα ξενοδοχεία πιθανόν να είναι απλά βιώσιμα σε συγκεκριμένες αγορές για πολλά χρόνια. Ενώ οι μεγάλες αλυσίδες τουριστικών πρακτορείων που σχετίζονται με τις πιστωτικές κάρτες θα κερδίσουν έδαφος από τις εταιρείες και θα πάρουν μεγαλύτερες προμήθειες και ειδική μεταχείριση.

Οι μεγάλες ταξιδιωτικές εταιρείες μπορούν να προσφέρουν περισσότερες υπηρεσίες στον ταξιδιώτη σε μια τιμή. Η American express για παράδειγμα προσφέρει μια πλατινένια κάρτα στους πιο πλούσιους πελάτες καθώς και σε αυτούς που ξοδεύουν πολλά χρήματα. Αυτή η κάρτα κοστίζει 250 δολάρια το χρόνο και παρέχει χωρίς επιβάρυνση ένα νούμερο τηλεφώνου που ισχύει 24 ώρες το 24ώρο για τους πελάτες που μπορεί να χρειαστούν κάποια βοήθεια ή ένα εισιτήριο. Η προσωπική ταξιδιωτική υπηρεσία μπορεί να στείλει εισιτήρια ή οτιδήποτε άλλο μέσω κούριερ (courier) σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου.

Μία πιθανόν μικρότερη απειλή για τα ανεξάρτητα τουριστικά πρακτορεία, είναι το ταξιδιωτικό club. Αυτό το club οργανώνει ταξίδια με έκπτωση και με αυτόν τον τρόπο φέρνει τους ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα κοντά μέσω του ταξιδιού. Οι διευθυντές του club διαπραγματεύονται με τους προμηθευτές για χαμηλότερες τιμές. Μερικά club κάνουν κρατήσεις ακόμη και την τελευταία στιγμή κυρίως όταν πρόκειται για κρουαζιέρες. Αυτό γίνεται διότι θέλουν να καλύψουν όσες περισσότερες θέσεις μπορούν. Έτσι οι υπεύθυνοι των κρουαζιέρων κάνουν εκπτώσεις της τελευταίας στιγμής μέχρι και 50% ή ακόμη και περισσότερο. Οι προμηθευτές διαφημίζουν τις καθαρές εκπτώσεις μόνο μέσω του ταξιδιωτικού club, των οποίων τα

μέλη πρέπει να είναι έτοιμα να πάνε ταξίδι σε μικρό χρονικό διάστημα. Τέτοια clubs προσφέρουν ακόμα και πακέτα charter χρησιμοποιώντας το δικό τους αεροσκάφος.

Στο μέλλον τα τουριστικά πρακτορεία θα ειδικεύονται και τα περισσότερα θα γίνουν αλυσίδες ή Franchise. Η μόδα των τουριστικών πρακτορείων να συσχετίζονται με μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις που λειτουργούν με πολλαπλά γραφεία σε πολλές πόλεις φαίνεται αναπόφευκτη.

Η κάθετη ολοκλήρωση των παραπάνω φαίνεται πιθανή (ακόμα και τώρα ξενοδοχειακές εταιρείες έχουν τα δικά τους τουριστικά πρακτορεία τα οποία τροφοδοτούν επιχειρήσεις σε ξενοδοχεία που μετέχουν στο σύστημα). Αν επιτραπεί από την κυβέρνηση, οι αεροπορικές εταιρείες είναι πιθανόν να αγοράσουν ή να δημιουργήσουν πολλαπλά γραφεία ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Τα μικρά ανεξάρτητα τουριστικά πρακτορεία πάντα θα έχουν μια θέση ιδιαίτερα στις μικρές κοινωνίες. Οι επιχειρήσεις των τουριστικών πρακτορείων είναι πιθανό να συνεχίσουν να συμπεριλαμβάνουν ένα μεγάλο αριθμό γραφείων τα οποία θα έχουν μέτρια κέρδη. Τα μικρά ανεξάρτητα πρακτορεία θα ανταγωνίζονται τα μεγαλύτερα τα οποία δημιουργούν τα δικά τους πακέτα ταξιδίων και έχουν τη δυνατότητα να επενδύουν με τον καλύτερο εξοπλισμό. Τα μικρότερα τουριστικά πρακτορεία έχουν το μειονέκτημα ότι δεν μπορούν να διαπραγματευθούν τις τιμές και τις προμήθειες με τους προμηθευτές.

Τα τουριστικά πρακτορεία του μέλλοντος σίγουρα θα είναι πιο τελειοποιημένα, θα χρησιμοποιούν τεχνικές marketing θα αναλύουν προϊόντα και θα δίνουν έμφαση σε αυτά που είναι πιο επικερδή. Τα ταξίδια και η εκπαίδευση θα βοηθήσουν τους πράκτορες να ενημερωθούν περισσότερο για συγκεκριμένους προορισμούς και για τις απαιτήσεις συγκεκριμένων τομέων. Με όποιο τρόπο και να εξελιχθούν τα πράγματα σίγουρα αυτή η δουλειά θα συνεχίσει να απαιτεί εξυπνάδα, αξιοπιστία και μια επιθυμία να εξυπηρετηθεί το κοινό με τον κατάλληλο τρόπο. Ολόκληρος ο κόσμος θα πρέπει να είναι το αντικείμενο στο οποίο θα πρέπει να εκπαιδευτούν τα τουριστικά πρακτορεία όπως η γεωγραφία, οι άνθρωποι, ο πολιτισμός της κάθε χώρας, η πολιτική, το φαγητό καθώς και η ιστορία του κάθε τόπου έτσι ώστε να έχει μέλλον αυτή η δουλειά.

6.6 Η θέση των Τ.Ο. στην παγκόσμια οικονομία.

Οι Τ.Ο. προσπαθούν να ηγηθούν μιας οριζόντιας και κάθετης συγκέντρωσης της τουριστικής αγοράς, επενδύοντας σε πρακτορεία, άλλους Τ.Ο., αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία. Επιστρατεύουν κάθε νέα τεχνολογία και τεχνογνωσία και χρησιμοποιούν εξαντλητικά το marketing για να διαμορφώσουν τη στρατηγική διάθεσης του τουριστικού προϊόντος στην αγορά, ενώ συχνά αποβλέπουν στον έλεγχο των μέσων παραγωγής. Φαίνεται ότι ο τουριστικός κλάδος μπορεί να είναι ιδιαίτερα επικερδής για το επάγγελμα των τουριστικών πρακτόρων, διότι οι μεγάλοι Τ.Ο. επεκτείνονται συνεχώς.

Βέβαια, εξαιτίας του μεγάλου ανταγωνισμού για χαμηλές τιμές, δεν είναι και λίγες οι περιπτώσεις που μεγάλοι Τ.Ο. οδηγήθηκαν στην πτώχευση, βάφοντας στα μαύρα ορισμένους παραγωγούς τουριστικών υπηρεσιών. Με τις πτωχεύσεις των Τ.Ο. επηρεάζεται αρνητικά ο τουρισμός και η οικονομία γενικότερα, έμμεσα από τα τουριστικά πρακτορεία.

Η ισορροπία μεταξύ της ζήτησης και προσφοράς πρέπει να υπάρχει στον τομέα του τουρισμού όπως βέβαια και σε όλα τα τμήματα της οικονομίας. Μια σωστή αναλογία στις θέσεις και στα καταλύματα διαμονής και ένας σωστός υπολογισμός εσόδων – εξόδων του Τ.Ο. δεν αφήνει μεγάλα περιθώρια για πτώχευση της εταιρείας. Φυσικά υπάρχουν πολλοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την πώληση των πακέτων διακοπών, όπως για παράδειγμα η οικονομική κατάσταση των τουριστών, κυρίως η κακή διαχείριση και η μη παρακολούθηση των ενδεικτικών στοιχείων θα οδηγήσουν σε μια πτώχευση.

Συχνά είναι απαραίτητη η συνεργασία ορισμένων ξενοδοχείων για να συμπληρωθεί ένας ικανός αριθμός κλινών που θα έφερνε ένα Τ.Ο. σε μια τουριστική περιοχή. Δυστυχώς, στον ελλαδικό χώρο έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα δύσκολη μια τέτοια συνεργασία σ' επίπεδο allotment.

6.7 ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

6.7.1 ΤΟ ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΕΠΕΦΕΡΕ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ

Με “φωνή βοώντος εν τη ερήμω” μοιάζει η «κραυγή» αγωνίας και αγανάκτησης που απευθύνουν προς πάσα αρμόδια αρχή και κάθε αρμόδιο κυβερνητικό αξιωματούχο οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ολόκληρο το φάσμα των τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων της χώρας. Ανεξαρτήτως του αν οφείλεται σε αδιαφορία, ολιγωρία ή και αδυναμία η κυβερνητική στάση έχει φέρει σε δεινή θέση τον κλάδο, που δοκιμάζεται σκληρότατα τον τελευταίο χρόνο και ήδη καταμετρά τις πρώτες βαριές του απώλειες, με κλείσιμο και πτωχεύσεις επιχειρήσεων και περιορισμένες, προς το παρόν, περικοπές προσωπικού.

Οι Ελληνικές επιχειρήσεις, ωστόσο, πραγματικά κατάφεραν να προσαρμοστούν και όλα δείχνουν πως οι πολίτες θα βοηθηθούν επιπλέον απ’ αυτές στην προσπάθεια εμπέδωσης της νέας κατάστασης.

Ο τουρισμός είναι ίσως ο περισσότερο προετοιμασμένος κλάδος, αφού έχει καταργήσει τα σύνορα στις συνειδήσεις των ανθρώπων και έχει σταθεί ισχυρότερος απ’ τις όποιες ισοτιμίες νομισμάτων, έχει διεθνή πείρα, έχει συνεργάτες, πελάτες και εργαζόμενους σε όλο τον κόσμο και πρώτος απ’ όλους – από φύση και θέση – είναι προετοιμασμένος στη νέα τάξη νομίσματος, επίσης ενημερώθηκε και προσπάθησε να οργανωθεί εγκαίρως.

Το πιο ενδιαφέρον είναι πως το ευρώ βοηθά στη μεγαλύτερη διαφάνεια των τιμών σε όλες τις χώρες της ευρωζώνης, αλλά και η διαφάνεια αυτή καθ’ αυτή εξυπηρετείται από το ευρώ: οι τουρίστες – πελάτες, συγκρίνοντας προϊόντα και υπηρεσίες σε ευρώ, κάνουν πιο εύκολα επιλογές και παίρνουν πιο γρήγορα αποφάσεις.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων επισημαίνει πως με την είσοδο της χώρας μας στην ΟΝΕ οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναμένεται να ωφεληθούν από τη βελτίωση του γενικότερου χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος. Το ζητούμενο στη διεθνή τουριστική αγορά δεν είναι τόσο οι χαμηλές τιμές, όσο η καλή σχέση τιμής – ποιότητας προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Προς την κατεύθυνση αυτή πρέπει να στραφούν οι προσπάθειες τόσο του ιδιωτικού όσο και του

δημόσιου τομέα, παράλληλα με την προσαρμογή στις απαιτήσεις της διεθνούς τουριστικής προώθησης του ελληνικού τουρισμού.

Επισημώς έχει τονιστεί πως για τα τουριστικά πρακτορεία το ευρώ είναι μια ευκαιρία και μια πρόκληση για να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες τους, αξιοποιώντας την ενιαία ευρωπαϊκή αγορά, το ευνοϊκό μακροοικονομικό περιβάλλον, αλλά και μια επιτακτική ανάγκη να αναδιοργανωθούν και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Από τα παραπάνω εκτιμάται πως εξαλείφεται η αβεβαιότητα από τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών των εθνικών νομισμάτων της ζώνης ευρώ. Επομένως, οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν ανεμπόδιστα τα εμπορικά και επενδυτικά τους προγράμματα.

6.7.2 Τρομοκρατικό γτόπημα 11ης Σεπτεμβρίου, πόλεμος στο Ιράκ και

ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥΣ

Η τρομοκρατική ενέργεια της 11ης Σεπτεμβρίου, ο πόλεμος στο ΙΡΑΚ και η άτυπη πνευμονία που ακολούθησε σε συνδυασμό με την κατάσταση ύφεσης στις οικονομίες των ανεπτυγμένων χωρών οδήγησαν στην κρίση του τουρισμού, σε παγκόσμιο επίπεδο. Η κρίση σήμερα αγγίζει ολόκληρη τη μεσογειακή Ευρώπη λόγω κυρίως του ευρώ, το οποίο έχει ανέβει κατά 30% σε σχέση με το δολάριο από τις αρχές του 2002. Ο συσχετισμός ευρώ – δολαρίου δίνει τη δυνατότητα στους Tour Operators να κάνουν ειδικές προσφορές την τελευταία στιγμή για τρίτες χώρες.

Τα παραπάνω έχουν προκαλέσει σοβαρό πρόβλημα στα ήδη υπάρχοντα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, το κυριότερο είναι η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος έναντι των κύριων ανταγωνιστριών χωρών. Όσον αφορά στην πολιτική προσφοράς χαμηλών τιμών, οι ξενοδόχοι, από την πλευρά τους αναγκάζονται να κάνουν ειδικές προσφορές, στο πλαίσιο της διατήρησης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά δεν αρκεί αυτό. Οι όποιες ειδικές προσφορές πρέπει να έχουν προσωρινό χαρακτήρα διότι, εάν γίνονται σε μόνιμη βάση, θα γίνει καθεστώς και θα έχει αρνητικές συνέπειες στην πορεία της τουριστικής ανάπτυξης.

Το 2002 έγιναν αισθητές οι συνέπειες από το τρομοκρατικό κτόπημα της 11ης Σεπτεμβρίου. Εντούτοις, δεν ήταν λίγες οι χώρες εκείνες που σημείωσαν αύξηση στις αφίξεις τουριστών. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2003, η πορεία του διεθνούς τουρισμού επηρεάστηκε ιδιαίτερα από την ύφεση που χαρακτηρίζει τις οικονομίες των περισσότερων Ευρωπαϊκών χωρών. Στις συνθήκες αυτές προστέθηκε η κρίση από τον πόλεμο στο Ιράκ και την εμφάνιση του ιού SARS. Πέραν των σοβαρών επιπτώσεων που έχει το SARS στην υγεία εκατοντάδων ανθρώπων στις πληγείσες περιοχές, υπάρχουν και άλλες σοβαρές, αλυσιδωτές επιπτώσεις, μια από τις οποίες είναι και η επίδραση του προβλήματος στον τουρισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η αναμενόμενη οικονομική ανάκαμψη καθυστέρησε εξαιτίας της αβεβαιότητας από τη σύγκρουση στο Ιράκ. Σταδιακά αναμένεται ανάκαμψη στην πορεία της τουριστικής κίνησης, ιδιαίτερα προς τις χώρες της Ευρώπης και της Μέσης Ανατολής. Οι εκτιμήσεις αυτές βασίζονται στην αναμενόμενη βαθμιαία

βελτίωση των οικονομικών συνθηκών, στη μείωση της αβεβαιότητας μετά τη χαλάρωση των διεθνών εντάσεων και στην εξάλειψη του κινδύνου του ιού SARS.

Σε μία εποχή που ο διεθνής ανταγωνισμός των τουριστικών προορισμών είναι οξύτατος, η εικόνα του επιπέδου των προσφερομένων υπηρεσιών έχει σοβαρές συνέπειες στην τουριστική ζήτηση και απαιτεί χρόνο και χρήμα για να διατηρηθεί η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών ανάλογα με την τιμή.

Ο HATTA (Hellenic Association of Travel and Tourist Agencies) έχει σαν στόχο του την ενδυνάμωση του ρόλου και του έργου των ελληνικών τουριστικών πρακτορείων στο τουριστικό γίγνεσθαι της χώρας μας αλλά και της ευρωπαϊκής και διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Τα τουριστικά γραφεία έχουν συμβάλει πολλαπλά στην ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού. Οι διεθνείς συνθήκες και ο συνεχώς εντεινόμενος ανταγωνισμός απαιτούν τη λήψη μέτρων για τη στήριξη όλης της αλυσίδας παραγωγής και διάθεσης του τουριστικού προϊόντος. Ο HATTA τόνισε την ανάγκη εκσυγχρονισμού των τουριστικών πρακτορείων ώστε να εξυπηρετούν τόσο τις ανάγκες της ώριμης, πλέον, ελληνικής αγοράς όσο και της απαιτητικής και έμπειρης διεθνούς αγοράς. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε και στην ανάγκη θέσπισης αναπτυξιακών κινήτρων όσον αφορά στον κλάδο των τουριστικών πρακτορείων. Η Ελλάδα, χώρα κατά βάση υποδοχής τουριστών, στηρίζεται σήμερα σε μεγάλο βαθμό στις “μονοπωλιακές” ή και ολιγοπωλιακές δυνάμεις της διεθνούς αγοράς και θα πρέπει να δημιουργήσει και να στηρίξει και νέους μηχανισμούς “διείσδυσης” σε εξειδικευμένα τμήματα της διεθνούς αγοράς.

Η κατάσταση που αντιμετωπίζουν τα τουριστικά πρακτορεία είναι η χειρότερη των τελευταίων 30 χρόνων και το περιθώριο σχεδιασμού και εφαρμογής ενός αποτελεσματικού προγράμματος προβολής και προώθησης του ελληνικού τουρισμού που θα λαμβάνει υπ’ όψιν του όλες τις σχετικές παραμέτρους, θα μεγιστοποιεί τα όποια πλεονεκτήματά μας (ασφάλεια, 2004, κ.λπ) και θα χρησιμοποιεί με αποτελεσματικό και ευέλικτο τρόπο, συντονισμένα, όλες τις υπάρχουσες δυνάμεις και εργαλεία έχει λήξει εχθές. Όταν δηλαδή άρχισαν να το υλοποιούν οι ανταγωνιστές μας. Για παράδειγμα η Τουρκία έκανε μια μεγάλη διαφημιστική καμπάνια και σε συνδυασμό με το πλεονέκτημα των χαμηλότερων τιμών έχει καταφέρει να αυξηθεί ο τουρισμός της.

6.7.3 ΑΛΛΕΣ ΑΠΕΙΛΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

- Παραβάσεις των ευρωπαϊκών αντιμονοπωλιακών νόμων από την ΙΑΤΑ.

Δημιουργώντας οι αερομεταφορείς μέλη της ΙΑΤΑ το δικό τους δίκτυο πωλήσεων μέσω του διαδικτύου, έγιναν κατ' ευθείαν ανταγωνιστές των εγκεκριμένων Ι.Α.Τ.Α. τουριστικών πρακτορείων. Όμως τα Ψηφίσματα (Resolutions) 814, κανονισμοί που καλούνται όλοι εγκεκριμένοι από την ΙΑΤΑ ταξιδιωτικοί πράκτορες να τηρούν σε εφαρμογή του Συμβολαίου Πρακτόρευσης ΙΑΤΑ, δημιουργούν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού μεταξύ των αερομεταφορέων ΙΑΤΑ και των πρακτόρων τους με καταστροφικό τρόπο για τους τελευταίους. Επιπλέον δημιουργούν στους τουριστικούς πράκτορες ξεπερασμένες και πολυέξοδες υποχρεώσεις αλλά παράλληλα μεταξύ άλλων επιτρέπουν στις αεροπορικές εταιρείες να μειώνουν τις προμήθειες χωρίς προειδοποίηση, συχνά σε ασύμφορα επίπεδα γι' αυτούς. Τα προαναφερόμενα τονίζει ο ΗΑΤΤΑ, έχουν σαν συνέπεια να επιτρέπουν στους πράκτορες, όπως για παράδειγμα της Ελλάδας, την πώληση μόνο κάποιων ναύλων της Γερμανίας αποκλείοντας τους από κάποιους άλλους, τιμωρώντας στην ουσία τον Έλληνα καταναλωτή που θα ήθελε να αγοράσει ένα εισιτήριο για δρομολόγιο που ξεκινάει από την χώρα αυτή, και τελικά δεν έχει πρόσβαση σε ιδιαίτερα χαμηλούς ναύλους που ισχύουν εκεί, παρά μόνον όταν φτάσει στη Γερμανία.

Ο ΗΑΤΤΑ σε στενή συνεργασία με τα Ευρωπαϊκά όργανα του κλάδου ζητά τη διευθέτηση του θέματος, δηλαδή να αναγνωριστεί ότι οι κανονισμοί της ΙΑΤΑ είναι αντίθετοι με την νομοθεσία περί ανταγωνισμού και ιδιαίτερα να σταματήσουν άμεσα τις παραβάσεις της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Οι κανονισμοί της ΙΑΤΑ να μην δημιουργούν μόνο υποχρεώσεις για τους εγκεκριμένους πράκτορες αλλά να εισαγάγουν ένα ισορροπημένο και επαγγελματικό συμβόλαιο το οποίο θα λειτουργούσε τελικά προς όφελος του ταξιδιωτικού κοινού καθώς και το δικαίωμα σε δίκαια αμοιβή / προμήθεια των τουριστικών πρακτόρων.

- Τα γεγονότα της προηγούμενης τουριστικής σεζόν στο Φαληράκι, Κάβο κ.λ.π. που οδηγούν στον εντελισμό του τουριστικού μας προϊόντος αποτελούν κώδωνα κινδύνου που όλοι οι ασχολούμενοι με τον τουρισμό θα πρέπει να λάβουν σοβαρά υπ' όψιν τους. Ο ΗΑΤΤΑ έχει τονίσει την σημαντικότητα της στροφής προς τον

ποιοτικό τουρισμό και τις μορφές τουρισμού που σέβονται, προστατεύουν, αναδεικνύουν και προβάλλουν το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας μας. Τα πιθανά κέρδη από μια πολιτική προσέλευσης, αποδοχής ή ακόμα ενθάρρυνσης μιας μικρής σχετικά μερίδας του μαζικού τουρισμού που αγοράζουν σε εξευτελιστικές τιμές το τουριστικό μας προϊόν και δημιουργούν σειρά προβλημάτων με ανάρμοστες στα ήθη και τα έθιμα μας συμπεριφορές, όχι μόνο δεν αποτελούν κερδοφόρα επένδυση αλλά υποσκάπτουν το τουριστικό μας μέλλον. Ο ΗΑΤΤΑ πιστεύει ότι η δύσκολη οικονομική κατάσταση που αντιμετωπίζουν πολλά τουριστικά γραφεία και Τ.Ο. στο εξωτερικό δεν μπορεί να αποτελέσει δικαιολογία για την υιοθέτηση μεθόδων marketing που αποσκοπούν στην προώθηση τέτοιων μορφών εσόδων. Ο ΗΑΤΤΑ με επιστολή του προς την ΑΒΤΑ (Ενωση Βρετανών Τ.Ο.) έχει εκφράσει την αντίθεσή του στις πρακτικές των βρετανών Τ.Ο. που υποθάλπουν ή ακόμα και δημιουργούν τέτοιες καταστάσεις. Ο ΗΑΤΤΑ θα συνεχίσει να μάχεται προς την κατεύθυνση για την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού μας προϊόντος και του επιπέδου των τουριστών που επιλέγουν τη χώρα μας, πιστεύοντας ακράδαντα ότι αυτό αποτελεί μονόδρομο για τον ελληνικό τουρισμό.

- Travel Card. Από τις πρώτες ημέρες κυκλοφορίας της travel card, Ο ΗΑΤΤΑ είχε εκφράσει τον έντονο προβληματισμό του σχετικά με τη λειτουργία και τους όρους της κάρτας, που υπόσχεται στους καταναλωτές διανυκτερεύσεις με κόστος όσο ένα πρωινό, και είχε επισημάνει τα συναφή θέματα σε σχέση με την προστασία των καταναλωτών και την παραπλανητική διαφήμιση. Αξίζει να σημειωθεί ότι αντίστοιχα προβλήματα είχαν καταγραφεί τόσο από το ΙΝΚΑ όσο και από την ΕΚ.ΠΟΙ.ΖΩ. Ο ΗΑΤΤΑ τονίζει ότι δεν είναι δυνατόν να πωλούν τις προσφορές που δίνονται από τα ξενοδοχεία προς τα τουριστικά γραφεία και τους Tour Operators σε τιμές λιανικής, διότι αφ' ενός οι προσφορές αυτές δίνονται σε χαμηλές τιμές στα τουριστικά γραφεία επειδή επιβαρύνονται με επιπλέον 20% μέχρι να διαθέσουν το τελικό προϊόν στην αγορά, αφ' ετέρου υπάρχει υπουργική απόφαση σύμφωνα με την οποία η κατώτερη τιμή που μπορούν να διαθέσουν τα ξενοδοχεία τα δωμάτιά τους προς τα τουριστικά γραφεία είναι 50% χαμηλότερη από την αναγραφόμενη τιμή πόρτας.

Ο ΗΑΤΤΑ τονίζει με έμφαση την σημασία της διασφάλισης της προστασίας του καταναλωτή, της εξασφάλισης υψηλής ποιότητας υπηρεσιών καθώς και της νομιμότητας της δράσης όσων δραστηριοποιούνται στον ευαίσθητο χώρο του τουρισμού. Με γνώμονα τα ανωτέρω προχώρησε στην κατάθεση αίτησης ασφαλιστικών μέτρων.

Δικαστική απόφαση για ασφαλιστικά μέτρα κατά της travel card: Το Μονομελές Πρωτοδικείο Αθηνών σχετικά με την αίτηση ασφαλιστικών μέτρων του ΗΑΤΤΑ και άλλων αιτούντων κατά της εταιρείας Media & Travel Group Α.Ε. που διανέμει την Travel Card, σύμφωνα με την υπ' αριθ. 2895/2003 απόφασή του, απαγορεύει τη διαφήμιση της Travel Card, εφόσον δεν θα διευκρινίζεται στο διαφημιστικό μήνυμα ημερομηνία λήξης της κάρτας, καθώς και ότι δεν πρόκειται για πιστωτική κάρτα, αλλά για εκπτώτική. Απαγορεύεται επίσης να εμφανίζεται στη διαφήμιση η φράση "... με κόστος διαμονής όσο ένα πρωινό" ή άλλη με παρόμοιο μήνυμα.

6.8 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝ ΟΨΕΙ ΤΟΥ 2004

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αναλήφθηκαν από την Ελλάδα για να εξυπηρετήσουν βασικούς στόχους και να προσκομίσουν οφέλη στη χώρα μας και κυρίως στον Ελληνικό τουρισμό. Εξαιτίας της μεγάλης προβολής της χώρας μας από την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων, ο Ελληνικός τουρισμός αναμένεται να γνωρίσει μεγάλη άνθιση. Ο ΗΑΤΤΑ (Σύνδεσμος των εν Ελλάδι Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων) επισημαίνει ότι το ζητούμενο από τον κλάδο των τουριστικών γραφείων αλλά και από το σύνολο της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας είναι να δημιουργηθούν ευκαιρίες τουριστικής ανάπτυξης στο σύνολο της χώρας κάτι που μπορεί να μεθοδευτεί με τη δημιουργία συνδυαστικών τουριστικών πακέτων.

Οι ευκαιρίες που προσφέρει η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στη χώρα μας για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού καθώς και τις δυνατότητες, μεθόδους και δράσεις που θα συμβάλλουν στην μεγιστοποίηση των εν λόγω ευκαιριών:

- Αναπτυξιακές ευκαιρίες για τον Ελληνικό Τουρισμό στην ευρύτερη περιφέρεια της Αττικής και στο σύνολο της χώρας.
- Ανάπτυξη και προβολή νέων τουριστικών πακέτων. Οι Τ.Ο., ήδη έχουν οργανώσει πακέτα που αφορούν την Ελλάδα για την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων και μετά τη λήξη τους. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση της εισροής ξένου συναλλάγματος.
- Το ζήτημα της φιλοξενίας των θεατών – τουριστών κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων. Επιπλέον η δημιουργία του Ολυμπιακού Χωριού που θα φιλοξενήσει αθλητές απ' όλον τον κόσμο.
- Αξιοποίηση του επικοινωνιακού πλεονεκτήματος των Ολυμπιακών Αγώνων. Οι εικόνες από τους Αγώνες θα κάνουν το γύρο του κόσμου από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, θα δοθεί η δυνατότητα προβολής του τουριστικού προϊόντος και των δυνατοτήτων της χώρας μας και θα ανοιχτούν οι ορίζοντες που αφορούν την μαζική περιήγηση και προσέλευση ατόμων στην Ελλάδα.

Οι τουριστικοί πράκτορες βρίσκονται σε ετοιμότητα και εγρήγορση ώστε να είναι σε θέση να εξυπηρετήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που θα κατακλύσουν τη χώρα μας κατά τη διάρκεια τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων, ανάλογα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες του κάθε τουρίστα – καταναλωτή.

Ο ΗΑΤΤΑ προσπαθεί να συντονίσει τις συνεργασίες μεταξύ των μελών του για όλες τις υπηρεσίες και τα τουριστικά προϊόντα για την όσο δυνατή καλύτερη ποιοτική εξυπηρέτηση των τουριστών.

6.9 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παίρνοντας ως δεδομένο πως οι εξωτερικοί παράγοντες για την πώληση τουριστικών πακέτων είναι θετικοί, μπορούμε να αναπτύξουμε με ποιο τρόπο βοηθάνε τα τουριστικά πρακτορεία στην ανάπτυξη του τουρισμού.

Τα τουριστικά πρακτορεία μέσω της διαφήμισης συμβάλλουν έμμεσα στην ανάπτυξη του τουρισμού. Με την διαφήμιση προκαλείται η προσοχή του πελάτη. Με αφίσες, άρθρα στις εφημερίδες και στα περιοδικά, με τηλεοπτικές εκπομπές που δείχνουν το περιβάλλον άλλων χωρών, την ιστορία και τον τρόπο ζωής των ανθρώπων εκεί προκαλείται το ενδιαφέρον πολλών ανθρώπων και λειτουργούν σαν πομπός επικοινωνίας φέροντάς τους στα τουριστικά πρακτορεία για να κλείσουν ένα κάποιο ταξίδι. Επίσης είναι πολύ σημαντική η διαφήμιση από στόμα σε στόμα, δηλαδή περιγραφές των διακοπών που γίνονται από φίλους και συγγενείς, ξεκινώντας με το πρακτορείο που έκλεισε το ταξίδι τους.

Ο πελάτης που αποφασίζει να επισκεφθεί ένα τουριστικό πρακτορείο επηρεασμένος από τους διάφορους τρόπους διαφήμισης έχει την περιέργεια για το πως μπορεί να πάει και που, τότε μπορεί να πάει και πόσα χρήματα χρειάζεται για να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι. Ο υπάλληλος του τουριστικού πρακτορείου που είναι αρμόδιος για την πληροφόρηση του πελάτη, θα πρέπει να δώσει μια πλήρη ενημέρωση στον ενδιαφερόμενο.

Η ενημέρωση, τέλος θα πρέπει να είναι ειλικρινής από μέρους του υπαλλήλου του τουριστικού πρακτορείου για να αποφευχθούν λάθος υποσχέσεις που μπορεί να δημιουργήσουν προβλήματα στην διαπραγμάτευση του ταξιδιού και γενικότερα στην πώληση του τουριστικού πακέτου.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Οι επιχειρήσεις των τουριστικών πρακτορείων αποτελούν το συνδέτικό κρίκο ανάμεσα στο τουριστικό μας προϊόν και στην τουριστική ζήτηση από ξένους ή Έλληνες επισκέπτες. Στην εποχή που διανύουμε, του μαζικά διακινούμενου και οργανωμένου τουρισμού (δηλαδή τα πακέτα διακοπών), στα τουριστικά πρακτορεία πέφτει το βάρος για την όσο καλύτερη πραγματοποίηση των “ονειρεμένων διακοπών”. Έχουν την αποκλειστική ευθύνη για τις υπηρεσίες που θα παρασχεθούν στον τουρίστα, δηλαδή:

- ο την άφιξή του στο αεροδρόμιο
- ο τη διαμονή του στο ξενοδοχειακό κατάλυμα
- ο τη μετακίνησή του σε επισκέψεις και οργανωμένες εκδρομές
- ο τη διασκέδαση και αναψυχή του
- ο και την αναχώρησή του για επιστροφή στην πατρίδα του.

Τα τουριστικά πρακτορεία έχουν να εκτελέσουν ένα δύσκολο έργο, που είναι η οργάνωση και ο συντονισμός των διαφόρων δραστηριοτήτων του τουρισμού στον τόπο μας, και αποτελούν τους σημαντικότερους και πιο δραστήριους, συμβούλους δημοσίων σχέσεων του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό.

Η προσφορά τους στην υπόθεση του ελληνικού τουρισμού είναι πολύ σημαντική, γιατί αυτά ανοίγουν όλες τις νέες αγορές, γιατί αυτά προωθούν τα ελληνικά τουριστικά προϊόντα στο εξωτερικό και αποτελούν ίσως τους πιο πρόθυμους και πιο αξιόπιστους εκπρόσωπους τόσο των άλλων τουριστικών κλάδων όσο και των υπεύθυνων κρατικών υπηρεσιών για ότι αφορά τις σχέσεις και τις διαθέσεις της ξένης τουριστικής αγοράς.

Ο μελλοντικός τουριστικός πράκτορας και υπεύθυνος του πρακτορείου θα πρέπει να είναι ευέλικτος και δημιουργικός επαγγελματίας, εκπαιδευμένος και αφοσιωμένος έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η επιτυχία του τουριστικού πρακτορείου. Το κλειδί της επιτυχίας, παρά τις αλλαγές που θα επέλθουν, βρίσκεται στην ποιότητα της εξυπηρέτησης, στο αποτελεσματικό marketing και στο σωστά εκπαιδευμένο επαγγελματικά προσωπικό.

Ο ολοένα αυξανόμενος ανταγωνισμός από ανερχόμενους ταξιδιωτικούς προορισμούς και την προσφορά φθηνών και διαφοροποιημένων πακέτων καθιστά τη θέση των ελληνικών τουριστικών πρακτορείων δυσχερή και επιβάλλει τον άμεσο

εκσυγχρονισμό των υπηρεσιών τους και αντίστοιχα την αναβάθμιση της εικόνας τους. Παράλληλα θεωρείται επιτακτική ανάγκη η παρακολούθηση των εξελίξεων στις αγορές ζήτησης και η φροντίδα για σωστές υπηρεσίες φιλοξενίας και αντιμετώπισης των προβλημάτων και παραπόνων.

Τα ελληνικά τουριστικά πρακτορεία δεν αποτελούν παρασιτική δραστηριότητα, αλλά μία από τις πιο παραγωγικές. Οι μελλοντικές εξελίξεις αποτελούν πραγματικά μια πρόκληση για τα τουριστικά πρακτορεία και η ποιοτική αναβάθμιση του επιπέδου των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών θα είναι η βάση της επιτυχίας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 1995 ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ
 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣ
 ΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΤΖΙΡΟΣ
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	115	193	12,64
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	311	252	25,03
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.463	2.951	205,52
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	120	59	4,77
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	322	376	28,20
ΗΠΕΙΡΟΣ	183	84	11,23
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	248	684	30,99
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	290	329	21,23
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	212	159	22,18
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	217	248	19,77
ΚΡΗΤΗ	476	1.439	90,54
ΑΓΝΩΣΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	5	53	6,15
ΝΟΜΟΙ	ΑΡ.ΕΠΙΧ.	Μ.Ε.Α	ΤΖΙΡΟΣ
ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑΣ	54	37	5,65
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	68	74	3,62
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	24	35	3,01
ΑΧΑΪΑΣ	198	269	13,67
ΗΛΕΙΑΣ	38	23	1,91
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	50	62	3,83
ΑΤΤΙΚΗΣ	4.565	11.792	942,99
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	23	16	6,15
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	52	61	3,17
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	26	50	3,87
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	165	610	24,51
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	37	23	2,06

ΝΟΜΟΙ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΓΖΙΡΟΣ
ΔΕΥΚΑΛΟΣ	20	1	0,55
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	55	53	7,64
ΑΡΤΑΣ	9	10	0,67
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	111	30	7,48
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	32	18	1,91
ΕΥΒΟΙΑΣ	90	53	11,13
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	31	26	1,18
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	20	8	0,71
ΛΑΡΙΣΑΣ	130	216	10,78
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	139	123	14,44
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	33	29	2,27
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	-	-	-
ΤΡΕΒΕΝΩΝ	6	3	0,21
ΔΡΑΜΑΣ	52	47	4,64
ΗΜΑΘΙΑΣ	65	50	3,04
ΚΑΒΑΛΑΣ	92	104	11,87
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	22	7	0,55
ΚΙΛΙΚΙΑΣ	25	12	0,50
ΚΟΖΑΝΗΣ	68	47	2,88
ΠΕΛΛΑΣ	59	240	19,86
ΦΘΙΩΤΙΑΣ	51	29	2,24
ΠΕΡΙΑΣ	79	68	8,18
ΣΕΡΡΩΝ	58	64	2,59
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	24	2	1,13
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	51	75	6,15
ΦΩΚΙΔΑΣ	16	24	1,17
ΕΒΡΟΥ	108	44	3,88

ΝΟΜΟΙ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΤΖΙΡΟΣ
ΞΑΝΘΗΣ	28	8	2,44
ΡΟΔΩΠΗΣ	31	49	2,20
ΔΩΔ/ΝΗΣΩΝ	286	807	54,39
ΛΕΣΒΟΥ	60	87	2,38
ΣΑΜΟΥ	37	67	9,15
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	161	150	10,93
ΧΙΟΥ	18	39	1,11
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	239	786	57,29
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	75	194	7,42
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	50	61	2,77
ΧΑΝΙΩΝ	112	398	23,06
ΣΥΝΟΛΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	ΤΖΙΡΟΣ
ΕΛΛΑΔΟΣ	8.974	19.576	1.486,57

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Για τους κλάδους με λιγότερες από 4 επιχειρήσεις δεν εμφανίζονται, η μέση ετήσια απασχόληση και ο τζίρος αλλά συνυπολογίζονται στο σύνολο.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2000 ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ
 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣ ΤΙΣ
 ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

ΝΟΜΟΙ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΤΥΠΟΣ
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	64	5,07
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	85	10,80
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	45	6,48
ΑΡΤΑΣ	20	1,60
ΑΤΤΙΚΗΣ	5.430	1.741,28
ΑΧΑΪΑΣ	167	30,50
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	19	4,13
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	18	1,06
ΔΡΑΜΑΣ	53	4,90
ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ	365	76,93
ΕΒΡΟΥ	91	11,76
ΕΥΒΟΙΑΣ	113	13,26
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	2	-
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	64	10,68
ΗΛΕΙΑΣ	61	4,37
ΗΜΑΘΙΑΣ	80	4,88
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	266	64,76
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	1.196	293,75
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	84	11,60
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	97	10,68
ΚΑΒΑΛΑΣ	106	10,32
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	27	2,64
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	21	0,88
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	238	29,50
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	52	4,63
ΚΙΛΙΚΙΑΣ	45	6,35

ΝΟΜΟΙ	ΑΡ. ΕΠΙΧ.	ΤΖΙΡΟΣ
ΚΟΖΑΝΗΣ	69	9,75
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	70	5,02
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	264	25,87
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	43	4,61
ΛΑΡΙΣΣΑΣ	103	18,12
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	90	10,70
ΛΕΣΒΟΥ	64	11,80
ΛΕΥΚΑΔΑΣ	16	2,40
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	156	18,90
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	86	15,92
ΞΑΝΘΗΣ	36	3,83
ΠΕΛΛΑΣ	54	3,04
ΠΕΡΙΑΣ	117	14,24
ΠΡΕΒΕΖΑΣ	37	3,25
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	51	9,78
ΡΟΔΟΠΗΣ	31	2,50
ΣΑΜΟΥ	43	4,74
ΣΕΡΡΩΝ	93	5,28
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	52	1,64
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	60	3,76
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	48	2,58
ΦΩΚΙΑΔΑΣ	15	12,56
ΧΑΛΚΙΔΑΣ	88	7,44
ΧΑΝΙΩΝ	107	19,11
ΧΙΟΥ	16	0,88

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2000 ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ
 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣ ΤΙΣ
 ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΛΙΓΑΜΕΡΩΣΜΑΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΤΖΙΡΟΣ
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	317	33.31
ΑΤΤΙΚΗ	5430	1.741.28
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	123	17.42
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	292	39.93
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	156	14.27
ΗΠΕΙΡΟΣ	238	27.13
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	342	41.30
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	370	47.21
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1673	334.99
ΚΡΗΤΗ	514	104.34
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	629	102.80
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	329	42.84
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	209	33.74

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2003 ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ
 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣ ΤΙΣ
 ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ, ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΤΖΙΡΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ	10.625	2.580.74

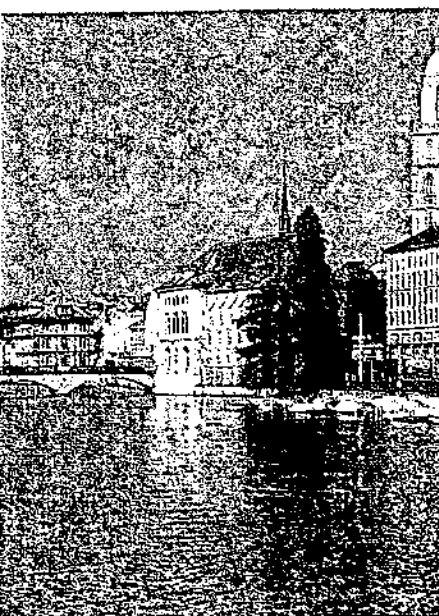
8 ημέρες
ΓΑΙΚΗ ΕΚΔΡΟΜΗ

Λίμνες Βορείου Ιταλίας Κυανή Ακτί



Προσφέρουμε:

- Εκδρομές παρηγήσεις με πολυτελές κλιματιζόμενο πούλμαν.
 - Εισιτήρια πλοίων ΕΛΛΑΔΑ - ΙΤΑΛΙΑ και αντίστροφα σε 4ΚΑΙΝΕΣ ΚΑΜΠΙΝΕΣ με W.C. (ΑΒ4)
 - Διαμονή (5) διανυκτερεύσεις σε επιλεγμένα ξενοδοχεία 3* - 4*.
 - Ημιδιατροφή στα ξενοδοχεία (5 πρωινό, 5 δείπνα).
 - Ξεναγήσεις σύμφωνα με το πρόγραμμα.
 - Αρχηγός συνταξ.
 - Φ.Π.Α - Διόδια - Λιμενικά.
 - Ασφαλιστική κάλυψη αστικής ευθύνης.
- Ώρες & Αναχωρήσεις στον ένθετο τιμοκατάλογο.



ΒΕΡΟΝΑ - ΛΑΓΟ ΔΙ ΓΑΡΔΑ - ΚΟΜΟ - ΛΑΓΟ ΜΑΓΓΙΟΡΕ - ΤΟΡΙΝΟ - ΝΙΚΑΙΑ - ΚΑΝΝΕΣ - ΜΟΝΑΚΟ - ΜΟΝΤΕ ΚΑΡΛΟ

1η ΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ - ΠΑΤΡΑ

Αναχώρηση το πρωί από ΑΘΗΝΑ για το λιμάνι της ΠΑΤΡΑΣ, τακτοποίηση στο πλοίο και απόπλους για ΑΓΚΩΝΑ, διανυκτέρευση εν πλώ.

2η ΜΕΡΑ: ΑΓΚΩΝΑ - ΒΕΡΟΝΑ - ΛΑΓΟ ΔΙ ΓΑΡΔΑ

Πρωινή άφιξη στο λιμάνι της ΑΓΚΩΝΑ και άμεση αναχώρηση μέσω ΜΠΟΛΩΝΙΑΣ για τη γραφική περιοχή της ΛΙΜΝΗΣ ΓΑΡΔΑ, δείπνο και διανυκτέρευση στην ευρύτερη περιοχή της ΒΕΡΟΝΑΣ.

3η ΜΕΡΑ: ΒΕΡΟΝΑ - ΛΑΓΟ ΔΙ ΓΑΡΔΑ - ΛΑΓΟ ΜΑΓΓΙΟΡΕ - ΣΤΡΕΖΖΑ

Η ημέρα μας ξεκινά με επίσκεψη στην πόλη της ΒΕΡΟΝΑΣ και συνεχίζεται με τη λίμνη ΓΑΡΔΑ. Ακολούθως μέσω ΜΙΛΑΝΟΥ θα καταλήξουμε σε μια άλλη μεγάλη λίμνη την ΜΑΓΓΙΟΡΕ, όπου και θα διανυκτερεύσουμε στην παραλίμνια κομώπολη τη ΣΤΡΕΖΖΑ.

4η ΜΕΡΑ: ΛΑΓΟ ΜΑΓΓΙΟΡΕ - ΛΟΚΑΡΝΟ

Πρωινό και θα ξεκινήσουμε τη μέρα μας με επίσκεψη σε δύο πανέμορφα νησάκια της λίμνης. Εδώ θα απαθανάτισουμε μοναδικά τοπία και θα απολαύσουμε το πρωινό μας καφέ. Λίγο αργότερα μια ξεχωριστή διαδρομή δίπλα στις όχθες της λίμνης θα μας οδηγήσει στο ΛΟΚΑΡΝΟ. Παραμονή, επίσκεψη. Μετά το μεσημέρι έχουμε να επιλέξουμε την επιστροφή μας είτε από τη γνωστή πανέμορφη πρωινή διαδρομή είτε πιο ρομαντικά με караβάκι που μας μεταφέρει στις απέναντι όχθες διασχίζοντας την λίμνη. Το απόγευμα βόλτα στα γραφικά παραλίμνια δρομάκια. Δείπνο, διανυκτέρευση.

5η ΜΕΡΑ: ΣΤΡΕΖΖΑ - ΝΙΚΑΙΑ

Αναχώρηση για ΚΥΑΝΗ ΑΚΤΗ το πρωί όπου με μικρές ενδιάμεσες στάσεις για καφέ και γεύμα προαιρετικά θα τακτοποιηθούμε σε ξενοδοχείο της ΝΙΚΑΙΑΣ. Μετά το δείπνο προτείνουμε ένα περίπατο στην φωτισμένη παραλιακή λεωφόρο. Διανυκτέρευση.

6η ΜΕΡΑ: ΝΙΚΑΙΑ - ΚΑΝΝΕΣ - ΜΟΝΑΚΟ - ΜΟΝΤΕ ΚΑΡΛΟ

Την τέταρτη σε πληθυσμό πόλη της ΓΑΛΛΙΑΣ θα γνωρίσουμε σήμερα. Κτισμένη σε μια θαυμάσια τοποθεσία, κατά μήκος της κομψής καμπύλης τουκάλπου του ΑΝΖ, στις εκβολές του ΠΑΓΙΟΝ, στους πρόποδες μιας σειράς λόφων, όπου δεσπόζει ένα πλατύ παραπέτασμα βουνών. Τους κήπους του ΑΛΒΕΡΤΟΥ του Α', το ΗΡΩΩΝ, την παλαιά πόλη, την πλατεία ΜΑΣΣΕΝΑ και την πασίγνωστη παραλιακή λεωφόρο, θα επισκεφθούμε στην σημερινή μας περιήγηση πριν καταλήξουμε στις ΚΑΝΝΕΣ. Στην πόλη με την κοσμοπολίτικη πλάζ θα έχετε χρόνο να περπατήσετε, να χαρείτε τις ομορφίες της και να γνωρίσετε το Μέγαρο του πασίγνωστου φεστιβάλ Κινηματογράφου των ΚΑΝΝΩΝ. Στη συνέχεια επίσκεψη στο πριγκηπάτο του ΜΟΝΑΚΟ με τη περίφημη ανάκτορα και το ΟΚΕΑΝΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ αλλά και το γραφικό SAN REMO. Λίγο μετά το μεσημέρι επιστροφή στο ξενοδοχείο για ξεκούραση. Το βράδυ προαιρετικά δοκιμάστε όσοι θέλετε την τύχη σας στο γνωστό καζίνο του ΜΟΝΤΕ ΚΑΡΛΟ. Διανυκτέρευση.

7η ΜΕΡΑ: ΝΙΚΑΙΑ - ΑΓΚΩΝΑ

Αφήνουμε πολύ νωρίς το πρωί τα υπέροχα τοπία την Νοτίου ΓΑΛΛΙΑΣ και λίγο αργότερα της Βορείου ΙΤΑΛΙΑΣ, με τελικό προορισμό το λιμάνι της ΑΓΚΩΝΑ. Το απόγευμα θα τακτοποιηθούμε στο πλοίο. Απόπλους για ΠΑΤΡΑ. Διανυκτέρευση εν πλώ.

8η ΜΕΡΑ: ΠΑΤΡΑ - ΑΘΗΝΑ

Το απόγευμα φθάνουμε στο λιμάνι της ΠΑΤΡΑΣ και πέρνουμε το δρόμο της επιστροφής για την ΑΘΗΝΑ όπου έχουμε άφιξη νωρίς το βράδυ.



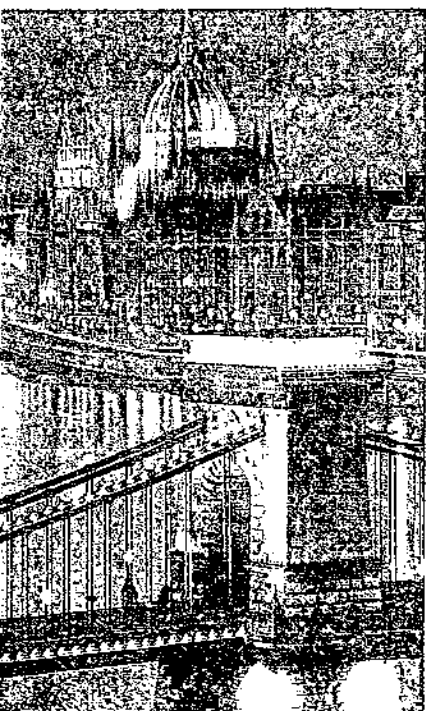


Βουδαπέστη - Εστεργκον - Λίμνη Μπάλατον



Προσφέρουμε:

- Εκδρομές περιηγήσεις με πολυτελές κλιματιζόμενο πούλμαν.
- Διαμονή σε ξενοδοχεία 4* στη ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ και 3* στο ΝΙΣ.
- Ημιασφατική (6 πρωινά & 6 δείπνα).
- Τοπικός ξεναγός στη ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ.
- Αρχηγός συνοδός.
- ΦΠΑ - Διόδια.
- Ασφαλιστική κάλυψη αστικής ευθύνης.
- Προσέλαση & Αναχωρήσεις στον ενθето τιμακαταλόγο.



1η ΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ - ΝΙΣ

Αναχώρηση 6 πμ από ΑΘΗΝΑ, ημίωρη στάση σε καφέ της Εθνικής οδού στην περιοχή της Λαμίας, και συνεχίζουμε μέσω ΛΑΡΙΣΑΣ ΚΟΙΛΑΔΑΣ ΤΕΜΠΩΝ ΠΛΑΤΑΜΩΝΑ- γεύμα προαιρετικά- για το συνοριακό σταθμό των ΕΥΖΩΝΩΝ. Έλεγχος διαβατηρίων και ακολούθως παρακάμπτοντας τα ΣΚΟΠΙΑ περνάμε στην ΣΕΡΒΙΑ και την πόλη ΝΙΣ όπου και θα διανυκτερεύσουμε.

2η ΜΕΡΑ: ΝΙΣ - ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ

Πρωινή αναχώρηση για ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ. Η διαδρομή μας από την πρωτεύουσα της ΣΕΡΒΙΑΣ το ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ και προσπερνώντας το ΝΟΒΙΣΑΝΤ μας οδηγεί στα σύνορα της ΟΥΓΓΑΡΙΑΣ και την πόλη του ΣΕΓΚΕΤ. Το απόγευμα η όμορφη ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ μας «καλοσορίζει» και μας «καλεί» να την γνωρίσουμε, τακτοποίηση στο ξενοδοχείο, δείπνο και διανυκτέρευση.

3η ΜΕΡΑ: ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ (ξενάγηση)

Γνωριμία με το «Παρίσι της Ανατολής» ή «Μαργαριτάρι του Δούναβη» όπως χαρακτηριστικά αποκαλούν τη ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ. Θα έχουμε λοιπόν την ευκαιρία να δούμε την ΠΛΑΤΕΙΑ ΗΡΩΩΝ, το ΝΑΟ του ΑΓΙΟΥ ΣΤΕΦΑΝΟΥ, την ΟΠΕΡΑ, το ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, τον ΔΟΥΝΑΒΗ με τις πανέμορφες γέφυρες που χωρίζει την πόλη στην ΒΟΥΔΑ και την ΠΕΣΤΗ, το νησί της ΜΑΡΓΑΡΙΤΑΣ, τον ΠΥΡΓΟ των ΨΑΡΑΔΩΝ και το λόφο του ΓΚΕΛΕΡΤ. Στον ελεύθερο χρόνο που θα ακολουθήσει, μπορείτε να διαλέξετε μια βόλτα στο εμπορικό δρόμο VACSI ή και στο ζωολογικό κήπο ή μια επίσκεψη στην ΠΙΝΑΚΟΘΗΚΗ. Το απόγευμα απολαύστε τον καφέ σας στο CAFE CERBAUD. Το βράδυ ακολουθείτε όσος θέλετε την πρότασή μας για ξεφάντωμα σε παραδοσιακή ταβέρνα με τοιγγάνικα βιολιά και άφθονο κρασί.

4η ΜΕΡΑ: ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ - ΕΣΤΕΡΓΚΟΜ

Πρωινό και εκδρομή στα Παραδουνάβια χωριά. Στο ΕΣΤΕΡΓΚΟΜ, παλαιά πρωτεύουσα της ΟΥΓΓΑΡΙΑΣ, θα επισκεφθούμε τον μεγαλύτερο ναό της χώρας, αυτό του ΑΓΙΟΥ ΣΤΕΦΑΝΟΥ. Απέναντι ακριβώς στην άλλη όχθη του ΔΟΥΝΑΒΗ βλέπουμε την πόλη ΣΤΟΥΡΟΒΟ της ΣΛΟΒΑΚΙΑΣ. Επόμενος σταθμός το ΒΙΣΕΓΛΚΡΑΝΤ προαιρετικό γεύμα και τελειώνουμε την επίσκεψή μας με τον ΑΓΙΟ ΑΝΔΡΕΑ. Επιστροφή στην ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ, ξεκούραση, δείπνο, διανυκτέρευση.

5η ΜΕΡΑ: ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ - ΛΙΜΝΗ ΜΠΑΛΑΤΟΝ

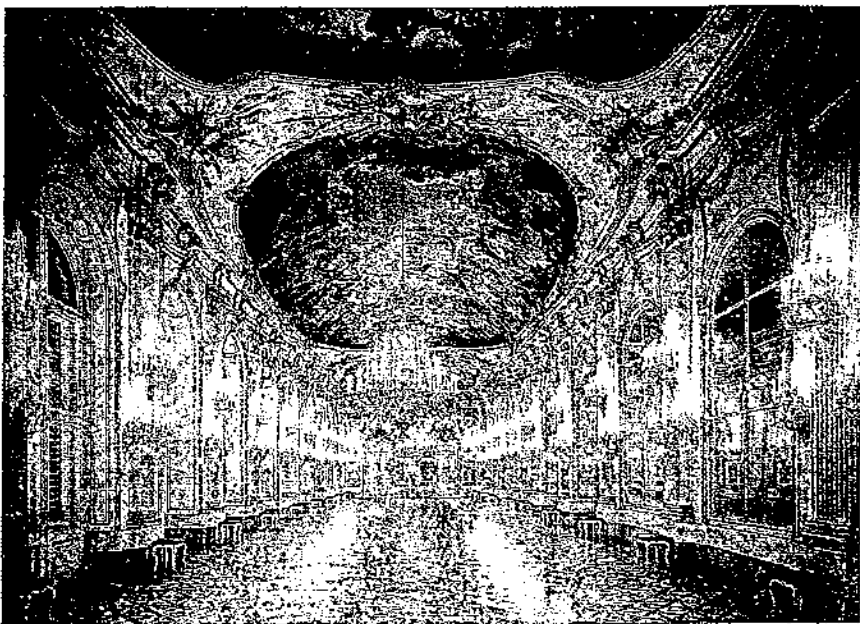
Ολοήμερη εκδρομή στην αγαπημένη λίμνη των ΜΑΓΥΑΡΩΝ. Η λίμνη ΜΠΑΛΑΤΟΝ είναι μια όαση δροσιάς και ξεκούρασης των ΜΑΓΥΑΡΩΝ. Εμείς θα φθάσουμε μέχρι τις όχθες της λίμνης, για να περπατήσουμε και να χαρούμε και να απολαύσουμε πανέμορφα τοπία. Το απόγευμα επιστρέφουμε στη ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ, για ξεκούραση, δείπνο και διανυκτέρευση.

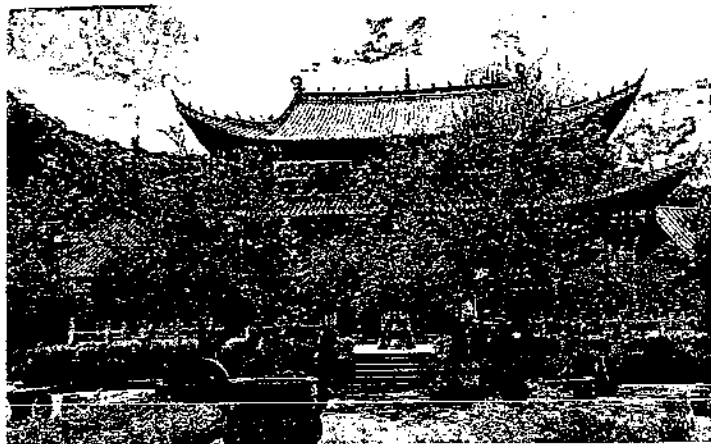
6η ΜΕΡΑ: ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ - ΝΙΣ

Πρωινό και αναχώρηση από τη γνωστή πλέον διαδρομή, μέσω ΣΕΓΚΕΤ ΝΟΒΙΣΑΝΤ ΒΕΛΙΓΡΑΔΙΟΥ για το ΝΙΣ όπου θα φθάσουμε το βράδυ και θα έχουμε δείπνο και διανυκτέρευση.

7η ΜΕΡΑ: ΝΙΣ - ΑΘΗΝΑ

Αφήνουμε το πρωί τη Σερβία και προσπερνώντας τα ΣΚΟΠΙΑ φθάνουμε στο συνοριακό σταθμό των ΕΥΖΩΝΩΝ. Έλεγχος διαβατηρίων και συνεχίζουμε για ΑΘΗΝΑ, άφιξη το βράδυ.





Κίνα



Πεκίνο Ξιάν Σαγκάη

Ένα ταξίδι γνωριμία με τον γίγαντα της Ανατολής. Η επιβλητική πρωτεύουσα Πεκίνο με την αρχαία πρωτεύουσα Ξιάν και την υπερσύγχρονη και εντυπωσιακή Σαγκάη!

Ημέρα 1η Αθήνα - Πεκίνο:

Πτήση με ενδιάμεσο στάθμο για Πεκίνο.

Ημέρα 2η Πεκίνο:

Αφίξη στο Πεκίνο και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας. Μία πρώτη γνωριμία με το διοικητικό κέντρο του «Δρακόνι» της Ασίας. Το βράδυ δειπνούμε σε παραδοσιακό εστιατόριο του Πεκίνου με κύριως έδεσμα την Ξακουστή σαπιά Πεκίνου.

Ημέρα 3η Πεκίνο:

Η σημερινή ημέρα μας βρίσκεται να ξεκινάμε την Ξεναγήση μας με την πλατεία της Ουράνιας Ειρήνης (Τιάν Ανμέν) και να μπαίνουμε στην Απαγορευμένη Πόλη των αυτοκρατορών υπό το βλέμμα του Προέδρου Μάο. Ακολουθούν τα θερινά ανάκτορα της αυτοκράτειρας Σι-Ζι. Για το βράδυ δε έχουμε προγραμματίσει όπερα του Πεκίνου.

Ημέρα 4η Πεκίνο:

Σήμερα θα επισκεφθούμε τους τάφους της δυναστείας των Μινγκ και το εσωτερικό του τάφου του αυτοκράτορα Ντινγκ. Μάλιστα θα ακολουθήσουμε την Ίερα Οδό, κατά τη διαδρομή μας όμως την παράσταση κλεβεί το Ξακουστό Σινικό Τείχος. Οι διαστάσεις, η εμφάνιση του αλλά και η ιστορία της οικοδόμησής του πραγματικά προκαλούν δέος. Επιστροφή στο Πεκίνο και δείπνο.

Ημέρα 5η Πεκίνο - Ξιάν:

Σήμερα αεροπορικά κατευθυνόμαστε στην αρχαία Κινεζική πρωτεύουσα το Ξιάν. Η πόλη με τα περιφραγμένα τείχη εντυπωσιάζει τον επισκέπτη, ενώ φιλοξενεί και ορισμένες από τις σημαντικότερες αρχαιοηίτες της Κίνας. Ξενοδοχούμαστε στην Παγοδα της Αγίας Χίνας και στον πύργο του Ταμπανού. Τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας και δείπνο.

Ημέρα 6η Ξιάν:

Επίσκεψη σε ορισμένα από τα σημαντικότερα ευρήματα της πανανθρώπινης ιστορίας. Ξεκινάμε με το μουσείο χώρο ανασκαφής της περιφημής στρατιάς από τερακότα του αυτοκράτορα Τσιν Χι Χουα σίνγκ που αριθμεί πάνω από 10.000 κινητούς στρατιώτες, χαλκίνα άρματα καθώς και σκισίες! Συνεχίζουμε για τον προϊστορικό οικισμό Μπινγκμπόου θά θαυμάσουμε κατοικίες, κεραμικά έργα και αναπαράστάσεις του προϊστορικού ανθρώπου. Για το βράδυ δε έχουμε ρυθμίσει το δείπνο μας με την παρακολούθηση του υπερθέαματος των χορών και κλών της δυναστείας των Τανγκ.

Ημέρα 7η Ξιάν - Σαγκάη:

Σήμερα πετάμε για την Σαγκάη την πλέον δυτικότερη πόλη της Κίνας. Μία πόλη που οι

ουρανοξύστες και οι υπεργίγαντες αυτοκίνητο-ορόμοι θα εντυπωσιάσουν τον επισκέπτη. Στην Ξεναγήση μας θα επισκεφθούμε το ναό του Βουδά από λευκό νεφρίτη και την Ξακουστή προβλήτα με το αποικιακό κτίριο. Τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας και δείπνο.

Ημέρα 8η Σαγκάη - Σουτσόου - Σαγκάη:

Σιδηροδρομικά μεταβαίνουμε στη Βενετία της Κίνας, όπως ονομάσε ο Μάρκο Πόλο το Σουτσόου και διαμέσω των υδάτινων καναλιών επισκεψαμαστε την παγοδα της πόλης και του κήπου του Αρχοντα των Διχτιών. Επιστροφή στη Σαγκάη και δείπνο.

Ημέρα 9η & 10η Σαγκάη - Πεκίνο - Αθήνα:

Εγκαταλείπουμε την Κίνα και περνούμε τον πτόση της επιστροφής προς Αθήνα.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΑ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ:

Ξενοδοχεία 4* ή 5*

ΓΕΥΜΑΤΑ:

Ημιδιατροφή

ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ:

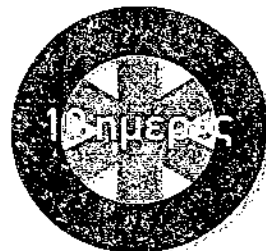
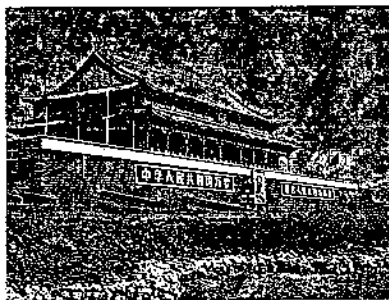
Οι αναφερόμενες κατά το πρόγραμμα

ΑΝΑΧΗΡΗΣΕΙΣ:

Συμβουλευθείτε τον ένθετο τιμοκατάλογό μας.

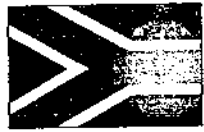
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ:

Το πρόγραμμα ενδέχεται να πραγματοποιηθεί και με αντίστροφη φορά βεβαίως, χωρίς παραλήψεις.



Ν. Αφρική

Ο Γύρος της Ν. Αφρικής



Το νοτιότερο άκρο της Μαύρης Ηπείρου, το σημείο συνάντησης του Ινδικού και του Ατλαντικού ωκεανού σε ένα ταξίδι-εμπειρία ζωής.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΑ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ:

Διαμονή σε ξενοδοχεία 4* και 4* Sup

ΓΕΥΜΑΤΑ:

Πρωινό, μπουφέ καθημερινά και γεύματα δείπνα όπως αναφέρονται στο πρόγραμμα

ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ:

Οι αναφερόμενες κατά το πρόγραμμα

ΕΙΣΟΔΙ

ΑΧΟΣΦΟΡΙΚΑ

1η Αθήνα - Γιοχάνεσμπουργκ

Μεταβαίνουμε στην ερασιμαχία της Γιοχάνεσμπουργκ. Μεταβαίνουμε στο αεροδρόμιο για να πάρουμε το αεροπλάνο για το ξενοδοχείο μας στην ερασιμαχία της Γιοχάνεσμπουργκ.

2η Γιοχάνεσμπουργκ - Μπλανγκά

Σήμερα θα κάνουμε στην ερασιμαχία της Μπλανγκά μέσω της ερασιμαχίας. Θα τελειώσουμε το εθνικό πάρκο Κρουγκερ. Το βράδυ θα φάμε στο ξενοδοχείο μας εντός του εθνικού πάρκου Κρουγκερ. Θα φάμε στο ξενοδοχείο μας εντός του εθνικού πάρκου Κρουγκερ.

3η Εθνικός Πάρκος Κρουγκερ

Πρωινό και μεσημεριανή διακοπή στην ερασιμαχία. Θα φάμε στο ξενοδοχείο μας εντός του εθνικού πάρκου Κρουγκερ. Θα φάμε στο ξενοδοχείο μας εντός του εθνικού πάρκου Κρουγκερ.

4η Δρυμός Κρούκερ

Θα φάμε στην ερασιμαχία. Θα φάμε στην ερασιμαχία. Θα φάμε στην ερασιμαχία.

Μεσημεριανή διακοπή στο πάρκο και το απόγευμα ερασιμαχία με ανοικτό Λαντ Ραβερ στις εκτάσεις του Πάρκου. Διανοκτερεύουμε στο Λαντ του πάρκου.

5η Ινκούε - Γιοχάνεσμπουργκ - Κείπ Τάουν

Πρωί εκδρομή με τζιπ στο πάρκο Κρουγκερ και μεταβαίνουμε στο αεροδρόμιο του Γιοχάνεσμπουργκ για την πτήση μας στο Κείπ Τάουν. Αφίξη και μεταβαίνουμε στο ξενοδοχείο μας για διανυκτέρευση.

6η Κείπ Τάουν

Ξενοδοχιακή διακοπή στην πόλη που ιδρύθηκε στα 1652 ο Σταν Βαν Ρίπλιν. Συμπληρωματικά επισκεπτόμαστε τη χερσόνησο του ακρωτηρίου και κέρδι επιτηρησίας τη νύχτα με τις φακίτες την αποβία των πηκούινων στον κόλπο Μπόλντερ. Διανοκτερεύουμε στο Κείπ Τάουν.

7η Κείπ Τάουν - Κνίσνα

Αναχωρούμε μέσω του δρόμου Γκάρντεν για την Κνίσνα και θα θαυμάσουμε την πυκνή βλάστηση και το αναπαυτικό τοπίο. Καταλήγουμε στον κόλπο Μοζελ και το μουσείο Ντισ. Δείπνο στο ξενοδοχείο μας στην Κνίσνα.

8η Κνίσνα

Το σημερινό πρόγραμμα περιλαμβάνει τα σπηλιό Κανγκο και φάρμα στρουθοκαμηλών όπου θα γευματίσουμε. Το απόγευμα κρουάζιερ στην περιοχή των κοιλισκών με το μαγικό ηλιοβασίλεμα.

9η Κνίσνα - Κείπ Τάουν

Επιστρέφουμε στο Κείπ Τάουν και επιλεγούμε την διάδρομη εκείνη που μας επιτρέπει την καλύτερη δυνατή θέαση της αγρίας ζωής. Οδεύουμε για το Ερμάνους την πρωτεύουσα παρατηρήσις των φαλαγγών. Και εκεί με λίγη τύχη η πόλη θα δικαιολογήσει τον τίτλο της.

10η Κείπ Τάουν

Ολοήμερη εκδρομή στους σπηλιώνες της κοιλάδας Κρουγκερ που βρίσκουν την καταγωγή στους Γαλλούς χριστιανούς διαμαρτυρούμενους που ενκατέλειψαν κινηνημένοι τη χώρα τους και εγκαταστάθηκαν στην περιοχή. Εκεί δοκιμάζουμε το ντόπιο κρασί και γευματίζουμε. Το βράδυ αποχαιρέτητο δείπνο.

11η Γιοχάνεσμπουργκ - Αθήνα

Εγκαίρως μεταβαίνουμε στο αεροδρόμιο του Γιοχάνεσμπουργκ για την πτήση της επιστροφής μας.





1η μέρα: Αθήνα-Λονδίνο

Ξη στο Λονδίνο, μεταφορά από το αεροδρόμιο στο κέντρο της πόλης, πανοραμική ξνάγηση και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας. Ξκούραση και υπόλοιπη ημέρα ξθερη για μια πρώτη γνωριμία με το κέντρο της πόλης

2η μέρα: Νότινγκ Χιλ-Πόρτο Μπέλο

ξμερινή μέρα ενδεικνύεται για ψώνια . Όσοι επιθυμείτε μπορείτε να ακολουθήσετε την αρχηγό στην ανοικτή αγορά του Πόρτο Μπέλο στην περιοχή του Νότινγκ Χιλ.

3η μέρα: Λονδίνο

μα μια μέρα ελεύθερη για να την εκμεταλλευτείτε όπως εσείς θέλετε. Ο αρχηγός προτείνει για σήμερα μια εκδρομή 1/2 ημέρας στα θερινά Ανάκτορα των Windsor. Όσοι επιθυμούν να συμμετάσχουν, η εκδρομή θα αναχωρήσει στις 08:30.

4η μέρα: Ελεύθερη

ά από το πρωινό μας προτείνουμε το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, τον Πύργο του Βίνου και το Μουσείο Κέρινων Ομοιωμάτων της Ξακουστής ανά τον κόσμο τόνι Τισά.

5η μέρα: Λονδίνο-Αθήνα

ερα όλη η ημέρα είναι ελεύθερη να την διαθέσει ο κάθε ένας όπως επιθυμεί. Το γευμα αργά, αναχώρηση για το αεροδρόμιο και επιστροφή στην Αθήνα.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- αεροπορικά εισιτήρια
- επιβατικές από και προς το Αεροδρόμιο
- επίσκεψη του Λονδίνου στην άφιξη
- επίσκεψη στο Μουσείο της Μαντάμ Τισά
- εκδρομή 1/2 ημέρας στα θερινά ανάκτορα Windsor
- ξενοδοχείο κεντρικό
- αρχηγός
- αγγλικας αρχηγός.
- ασφάλεια αστικής ευθύνης.
- Π.Α.

ΟΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- όροι αεροδρομίων
- φιλοδωρήματα
- επίσκεψη σε μουσεία και χώρους



1η μέρα: ΠΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΔΙΜΒΟΥΡΓΟ

Με πρωινή πτήση φτάνουμε μέσω ενδιάμεσου σταθμού, στην από το 1452, πρωτεύουσα της Σκωτίας, Εδιμβούργο. Μεταφορά και εγκατάσταση στο ξενοδοχείο μας. Χρόνος στη διάθεσή σας για να περιπλανηθείτε στην πόλη όπου θα σας γοητεύσει η αρχιτεκτονική κληρονομιά της. Εάν ο χρόνος το επιτρέπει, προτείνουμε να επισκεφθείτε τον παγκόσμια γνωστό Ζωολογικό Κήπο του, σε απόσταση 10α από το κέντρο, όπου φιλοξενούνται πάνω από 1.000 είδη πανίδας.

2η-3η μέρα: ΕΔΙΜΒΟΥΡΓΟ

Πρώτη στάση της σημερινής μας ξεναγησης είναι το επιβλητικό κάστρο, εντυπωσιακό απομεινάρι του ένδοξου παρελθόντος και σημερινό στολίδι του, που προσφέρει πανοραμική θέα της παλιάς πόλης. Θα επισκεφτούμε την αίθουσα όπου εκτίθενται τα κοσμήματα του στέμματος της Σκωτίας, την "Πέτρα της Μοίρας" και το κανόνι Μονς Μεγκ. Στη συνέχεια θα δούμε το παλάτι της Μαρίας Στιούαρτ και το "θρόνο" του βασιλιά Αρθούρου. Στον ελεύθερο χρόνο σας προτείνουμε να επισκεφθείτε το γοτθικό ναό στη μεσαιωνική παλιά πόλη. Ενδιαφέρουσες αγορές θα κάνετε στην οδό Πρίνσεσ, τον εμπορικότερο δρόμο του Εδιμβούργου, και μην παραλείψετε να απολαύσετε ένα ποτήρι μπίρα στη φημισμένη παμπ Γκρέιφιαρς, που φιλοξενείται σε παλιό μοναστήρι. Ολόκληρη η επόμενη μέρα στη διάθεσή σας να ολοκληρώσετε τη γνωριμία σας και τις αγορές σας στο φιλόξενο Εδιμβούργο. Προτείνουμε να επισκεφθείτε ένα υδροκίνητο υφαντουργείο στην παλιά πόλη όπου θα δείτε ποικιλία των κλασικών σκωτσέζικων υφασμάτων.

4η μέρα: ΕΔΙΜΒΟΥΡΓΟ-ΙΝΒΕΡΝΕΣ/ΑΒΙΕΜΟΡ

Ξεκινάμε για το Περθ, αλλοτινή πρωτεύουσα της Σκωτίας, περνώντας από την ονομαστή γέφυρα Φιρθ-οφ-Φορθ. Καθ'οδόν θα επισκεφτούμε το φημισμένο εργοστάσιο κρυστάλλων Κέιθνες. Συνεχίζουμε τη διαδρομή μας και πριν το Πίτλοχι θα δούμε από κοντά ένα εργοστάσιο ούισκι. Μετά την ...απαραίτητη δοκιμή, θα περάσουμε από το κάστρο Μπλερ -θολ και θα συνεχίσουμε για το Ινβερνέσ/βιεμορ (252 χλμ.), χτισμένο στις όχθες του ποταμού Νες. Το απόγευμα στη διάθεσή σας για αγορά παραδοσιακών σκωτσέζικων προϊόντων.

5η μέρα: ΙΝΒΕΡΝΕΣ/ΑΒΙΕΜΟΡ-ΓΛΑΣΚΟΒΗ

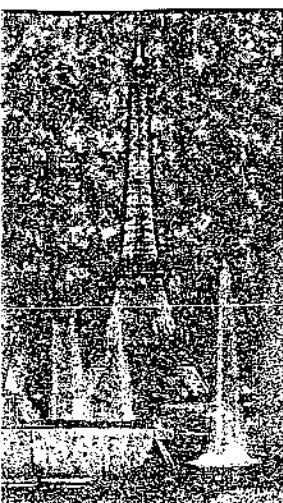
Στη σύντομη περιήγηση της πόλης θα δούμε το Δικαστικό Μέγαρο που στεγάζεται σε κάστρο του 7ου αιώνα και τον καθεδρικό του Αγ. Ανδρέα που χτίστηκε το 1886. Στη συνέχεια αναχωρούμε για τη Γλασκόβη, όπου και θα φτάσουμε μέσα από μια πανέμορφη διαδρομή, διασχίζοντας τα σκωτσέζικα υψίπεδα και την περιοχή των λιμνών. Θα σταματήσουμε για λίγο στο παραλίμνιο θέρετρο Φορτ Γουίλιαμς με το αμώνυμο κάστρο του 1655, στους πρόποδες του ψηλότερου βουνού της Βρετανίας και στο Κίλμαχογκ και θα καταλήξουμε στη Γλασκόβη (269 χλμ.) που το όνομά της στα κέλτικα σημαίνει όμορφη πράσινη γη. Στην προγραμματισμένη περιήγηση θα δούμε το λιμάνι, το πανεπιστήμιο της πόλης που χρονολογείται από το 1884, την κεντρική πλατεία, το Δημαρχείο με την αναγεννησιακού ρυθμού αρχιτεκτονική του και το θαυμάσιο γοτθικό καθεδρικό αφιερωμένο στον -γιο Μάρκο.

6η μέρα: ΓΛΑΣΚΟΒΗ-ΕΔΙΜΒΟΥΡΓΟ-ΠΤΗΣΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ

Οδικώς αναχωρούμε για το Εδιμβούργο (91 χλμ.), για την πτήση της επιστροφής μας μέσω ενδιάμεσου σταθμού.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

- > Αεροπορικά εισιτήρια
- > Διαμονή σε ξενοδοχεία 4*
- > Πρόγευμα καθημερινά
- > Μεταφορές από/προς αεροδρόμιο/ξενοδοχείο, εκδρομές/ξεναγήσεις όπως αναφέρονται
- > Αχθοφορικά, φιλοδωρήματα
- > Ασφάλιση Επαγγελματικής Αστικής Ευθύνης
- > Συνοδός.



1η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και άφιξη μετά από τριώρη πτήση στην πρωτεύουσα της μόδας και της κουλτούρας το Παρίσι. Επιβίβαση στο πούλμαν μεταφορά, τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας πάντα με την καθοδήγηση του έμπειρου αρχηγού μας. Χρόνος ελεύθερος. Για το βράδυ σας προτείνουμε μια προαιρετική επίσκεψη στην πανέμορφη και γραφική Μονμάρτη μαζί με την κρουαζιέρα στον Σηκουάνα όπου θα θαυμάσουμε την φωταγωγημένη Πόλη του Φωτός.

2η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-ΠΑΝΟΡΑΜΙΚΗ ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΠΟΛΕΩΣ-ΒΕΡΣΑΛΛΙΕΣ

Μετά το πρόγευμα ξεκινάμε την ξενάγηση στο Παρίσι. Από μια πληθώρα μνημείων και αρχιτεκτονικών κατασκευών θα δούμε το Νησάκι Λα Σιτέ, την Σχολή Καλών Τεχνών,

το Νομισματοκοπείο, την Παναγία των Παρισίων, την πλατεία Ομονοίας, τον τάφο του Ναπολέοντα, το Πάνθεον, το Τροκαντερό, τον Ξακουστό Πύργο του Αιφελ, το Μουσείο του Λούβρου, την εκκλησία της Μαρίας Μαγδαληνής κ.λ.π. Εν συνέχεια ξεκινάμε για την επίσκεψή μας στο παλάτι των ΒΕΡΣΑΛΛΙΩΝ του Λουδοβίκου 14ου όπου θα δείτε την περίφημη αίθουσα των Κατόπτρων, τα μεγάλα διαμερίσματα και τους καλοσχεδιασμένους κήπους του παλατιού. Το απόγευμα επιστροφή στο ξενοδοχείο μας.

3η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΛΟΥΒΡΟΥ

Μετά το πρόγευμα ξεκινάμε την ξενάγηση στο άλλοτε παλάτι του Λούβρου. Πολλά τα εκθέματα του Μουσείου από τα οποία ξεχωρίζουν η Αφροδίτη της Μήλης και τον περίφημο πίνακα της Μόνα Λίζα. Βεβαίως λεπτομέρειες θα σας δώσει ο ξεναγός σας

4η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-DISNEYLAND-SANTA FE

Μετά το πρόγευμα μεταφορά στην Disneyland. Ο κόσμος της φαντασίας ξετυλίγεται μπροστά μας, ενώ οι ήρωες του DISNEY περπατούν δίπλα μας και μας καλούν στο αξίδι της χαράς και του κεφιού. Θα περπατήσουμε στην MAIN STREET και θα μεταφερθούμε στον κόσμο της ΑΓΡΙΑΣ ΔΥΣΗΣ κάνοντας μια βόλτα με το τρένο που σε αξιδεύει μέσα από ορυχεία στην σκληρότητα της εποχής. Η στηλιά των Πειρατών θα σας γοητεύσει. Ο PETER PAN, ο ΠΙΝΟΚΙΟ και η βαρκάδα στον ΜΙΚΡΟ ΚΟΣΜΟ θα ενθουσιάσουν τους μικρούς μας φίλους. Το ταξίδι στην περιπέτεια συνεχίζεται με την DISCOVERY LAND, το STAR TOUR ενώ για τους τολμηρούς η εκτόξευση στον αλσαξία με το SPACE MOUNTAIN θα μείνει αξέχαστη.

5η ΗΜΕΡΑ: DISNEYLAND-SANTA FE

Πρόγευμα και άλλη μια μέρα μαγείας στο πάρκο σας περιμένει. Ότι δεν προλάβετε την προηγούμενη ημέρα απολαύστε το σήμερα. Σας υπενθυμίζουμε ότι λειτουργεί και το καινούργιο πάρκο DISNEY STUDIO με διάφορα θέματα από ταινίες του δόλγουντ.

6η ΗΜΕΡΑ: DISNEYLAND-ΑΘΗΝΑ

Μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση για την Αθήνα.

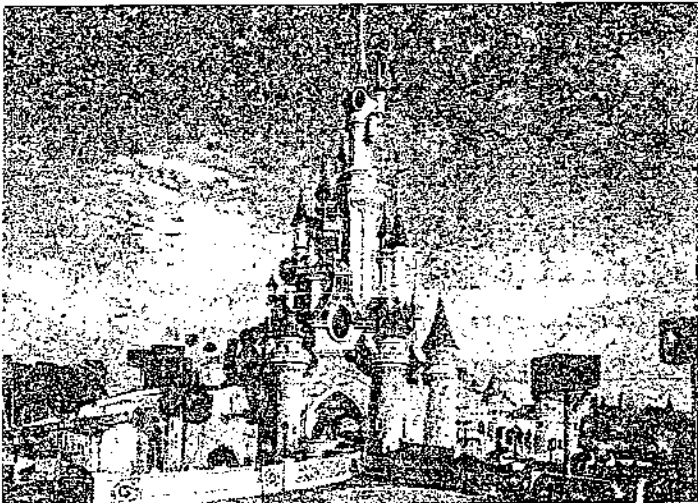
***ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ 7 ΚΑΙ 8 ΗΜΕΡΩΝ ΕΧΟΥΝ 2 ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ:**

- > Αεροπορικά εισιτήρια μετά επιστροφής για Παρίσι.
- > Διανυκτερεύσεις στο HOTEL LIBERTEL TERMINUS NORD 3* SUP με πρωινό σε δίκλινα δωμάτια.
- > 2 Διανυκτερεύσεις στην DISNEYLAND HOTEL SANTA FE με πρωινό.
- > Εισόδους 3 μερών στο πάρκο.
- > Πρωινό καθημερινά.
- > Μεταφορές από και προς το αεροδρόμιο Παρισίου.
- > Ξεναγήσεις - περιηγήσεις όπως αναφέρονται στο πρόγραμμα.
- > Μεταφορά στην DISNEYLAND
- > Έμπειρος αρχηγός συνοδός του γραφείου μας
- > Ομαδική ταξιδιωτική ασφάλεια και ασφάλεια αστικής ευθύνης
- > Φ. Π. Α.

ΚΑΘΕ ΤΡΙΤΗ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ

ΤΙΜΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ

ΣΤΩΝ ΕΝΘΕΤΟ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟ



1η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και άφιξη μετά από τριώρη πτήση στην πρωτεύουσα της μόδας και της κουλτούρας το Παρίσι. Επιβίβαση στο πούλμαν μεταφορά, τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας πάντα με την καθοδήγηση του έμπειρου αρχηγού μας. Χρόνος ελεύθερος. Για το βράδυ σας προτείνουμε μια προαιρετική επίσκεψη στην πανέμορφη και γραφική Μονμάρτη μαζί με την κρουαζιέρα στον Σηκουάνα όπου θα θαυμάσουμε την φωταγωγημένη Πόλη του Φωτός.

2η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ- ΠΑΝΟΡΑΜΙΚΗ ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΠΟΛΕΩΣ-ΒΕΡΣΑΛΛΙΕΣ

Μετά το πρόγευμα ξεκινάμε την ξενάγηση στο Παρίσι. Από μια πληθώρα μνημείων και αρχιτεκτονικών κατασκευών θα δούμε το Νησάκι Λα Σιτέ, την Σχολή Καλών Τεχνών, το Νομισματοκοπείο, την Παναγία των Παρισίων, την πλατεία Ομονοίας, τον τάφο του Ναπολέοντα, το Πάνθεον, το Τροκαντερό, τον Ξακουστό Πύργο του Αιφελ, το Μουσείο του Λούβρου, την εκκλησία της Μαρίας Μαγδαληνής κ.λ.π. Εν συνέχεια ξεκινάμε για την επίσκεψή μας στο παλάτι των ΒΕΡΣΑΛΛΙΩΝ του Λουδοβίκου 14ου όπου θα δείτε την περίφημη αίθουσα των Κατόπτρων, τα μεγάλα διαμερίσματα και τους καλοσχεδιασμένους κήπους του παλατιού. Το απόγευμα επιστροφή στο ξενοδοχείο μας.

3η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΛΟΥΒΡΟΥ

Μετά το πρόγευμα ξεκινάμε την ξενάγηση στο άλλοτε παλάτι του Λούβρου. Πολλά τα εκθέματα του Μουσείου από τα οποία ξεχωρίζουν η Αφροδίτη της Μήλης και τον περίφημο πίνακα της Μόνα Λίζα. Βεβαίως λεπτομέρειες θα σας δώσει ο ξεναγός σας.

4η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-DISNEYLAND

Μετά το πρόγευμα μεταφορά στην Disneyland. Η επίσκεψη στον κόσμο του παραμυθιού και της φαντασίας θα μείνει αξέχαστη. Ξεκινώντας μια βόλτα με το τρένο θα δείτε πανοραμικά ολόκληρο το Πάρκο, στη συνέχεια περπατήστε στην MAIN STREET, μεταφερθείτε στον κόσμο της ΑΓΡΙΑΣ Δ'ΥΣΗΣ κάνοντας μια βόλτα με το τρένο που σε ταξιδεύει μέσα από ορυχεία στην σκληρότητα της εποχής. Επόμενη βόλτα οι Πειρατές, ο PETER PAN, DISCOVERY LAND, STAR TOUR και άλλα πολλά. Νωρίς το βράδυ επιστροφή στο ξενοδοχείο μας

5η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-ΠΑΡΚΟ ΑΣΤΕΡΙΞ.

Μετά το πρόγευμα μεταφορά στο πάρκο του ASTERIX. Μας περιμένει μια φανταστική εξερεύνηση στο χωριό του περιφρημού Γαλάτη και της παρέας του. Μέσα από τα πολλά παιχνίδια για μικρούς και μεγάλους ανακαλύψτε την Ευρωπαϊκή ιστορία με το θέατρο του Ποσειδώνα, την Ρωμαϊκή πόλη και διασκεδάστε με τα παιχνίδια των δελφινιών στην μεγάλη λίμνη. Βεβαίως δεν λείπουν ποτέ οι πολλές εκπλήξεις και τα θεάματα.

6η ΗΜΕΡΑ: ΠΑΡΙΣΙ-ΑΘΗΝΑ

Πρόγευμα και μεταφορά στο αεροδρόμιο για την πτήση μας στην Αθήνα.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

- > Αεροπορικά εισιτήρια μετά επιστροφής για Παρίσι.
- > Διανυκτερεύσεις στο HOTEL LIBERTEL TERMINUS NORD 3* SUP σε δίκλινα δωμάτια
- > Πρωινό Μπουφές
- > Μεταφορές από και προς το αεροδρόμιο Παρισίου.
- > Ξεναγήσεις - περιηγήσεις όπως αναφέρονται στο πρόγραμμα.
- > Μεταφορά στην DISNEYLAND- ΑΣΤΕΡΙΞ - ΒΕΡΣΑΛΛΙΕΣ (ΟΧΙ ΞΕΝΑΓΗΣΗ).
- > Έμπειρος αρχηγός συνοδός του γραφείου μας
- > Ομαδική ταξιδιωτική ασφάλεια και ασφάλεια αστικής ευθύνης.
- > ΦΠΑ



1Η ΗΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ-ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και πτήση για Κων/πολη. Άφιξη και αρχίζουμε την επίσκεψη της Βασιλεύουσας. Θα δούμε το Οικουμενικό Πατριαρχείο, τον Βυζαντινό Πόρο, όπου βρίσκεται η στήλη του Θεοδοσίου και ο χάλκινος τρίποδας των Αιγυπτίων, την θρυλική Άγια Σοφία, το μπλε Τζαμί, το παλάτι των Σουλτάνων Τοπ Καπι. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. Απόγευμα ελεύθερο. Σας προτείνουμε μια βόλτα στην Πέραν. Δείπνο.

2Η ΗΜΕΡΑ: ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΠΟΛΕΩΣ

Από το πρόγευμα ξεκινάμε για την ξενάγηση στο περιφέριο παλάτι του Σουλτάνου Σελίμ. Συνεχίζουμε για τον Βόσπορο όπου θα διασχίσουμε την περίφημη Γέφυρα και θα περάσουμε στην Ανατολή και στην Ήπειρο της Ασίας. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. Επίσκεψη σε εργοστάσιο δερματίνων ειδών. Επιστροφή στο ξενοδοχείο. Δείπνο.

3Η ΗΜΕΡΑ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ

Από το πρόγευμα ξεκινάμε σε ένα από τα ωραιότερα Βυζαντινά μνημεία που έμειναν στην πόλη, το Μονή της Χώρας Καχριέ Τζαμί και το Μουσείο Τζαμί όπου βρίσκονται οι τάφοι των Πατριαρχών. Η υπόλοιπη ημέρα ελεύθερη. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. Μπορείτε να κάνετε τα ψώνια σας στην περίφημη κλειστή αγορά. Δείπνο ελεύθερο.

4Η ΗΜΕΡΑ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ

Από το πρόγευμα ξεκινάμε στο ξενοδοχείο και ημέρα ελεύθερη. Το βράδυ έχουμε Χριστουγεννιάτικο δείπνο. Μεταφορά στο ξενοδοχείο. Μπορείτε να κάνετε τα ψώνια σας στην περίφημη κλειστή αγορά. Δείπνο ελεύθερο.

5Η ΗΜΕΡΑ: ΚΩΝ/ΠΟΛΗ-ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ ΠΡΙΓΚΗΠΟΝΗΣΑ-ΑΘΗΝΑ

Από το πρόγευμα μετάβαση στα Πριγκηπόνησα, τα 4 νησιά διαμάντια. Πρώτη, δεύτερη, Τρίτη, Χάλκη, Πρίγκηπος. Στην Πρίγκηπο θα κάνουμε την περιήγηση του νησιού και θα θαυμάσουμε τα παλιά αρχοντικά. Στην συνέχεια επίσκεψη στην Χάλκη στην περίφημη Θεολογική σχολή, Αργά το απόγευμα συγκέντρωση και μεταφορά στο αεροδρόμιο για την επιστροφή μας στην Αθήνα.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ:

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΑΘΗΝΑ-ΚΩΝ/ΠΟΛΗ-ΑΘΗΝΑ

ΔΙΑΝΥΚ. ΣΕ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΤΟ ΤΑΞΙΜ

ΜΙΔΙΑΤΡΟΦΗ (4 ΠΡΩΙΝΑ ΚΑΙ ΓΕΥΜΑΤΑ)

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΤΙΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕ ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΑ

ΕΝΑΓΟ

ΣΦΑΛΕΙΑ ΑΣΤΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗΣ

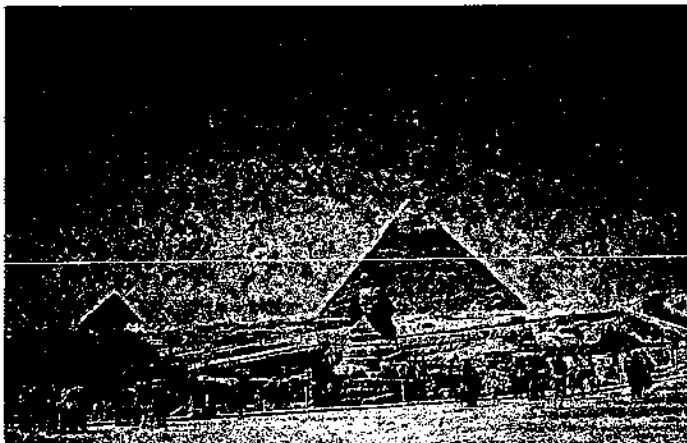
ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ

ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ (62,00 -)

ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΜΟΥΣΕΙΩΝ

ΠΡΟΣΑΡΤΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΡΟΜΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΕΙΣ



1Η ΗΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ-ΚΑΪΡΟ.

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και πτήση για Κάιρο με EGYPT AIR. Άφιξη και μεταφορά στο ξενοδοχείο. Η φωτοαγωγημένη πρωτεύουσα σας υποδέχεται, έτοιμη να σας παρασύρει στην μαγεία της αραβικής νύχτας.

2Η ΗΜΕΡΑ: ΜΟΥΣΕΙΟ-ΠΥΡΑΜΙΔΕΣ-ΣΦΙΓΓΑ.

Πρόγευμα και ξενάγηση της πόλης. Θα επισκεφθούμε το αρχαιολογικό μουσείο όπου στεγάζονται οι θησαυροί του Τούτ-Ανχ-Αμόν και φαραωνικά αριστουργήματα χιλιάδων χρόνων. Συνεχίζοντας, θα επισκεφθούμε τις Πυραμίδες του Χέοπα, του Χεφρίνου και του Μικερίνου, ένα από τα επτά θαύματα του κόσμου, την επιβλητική Σφίγγα, καθώς και τα εργαστήρια παπύρων και αρωμάτων. Το μεσημέρι φαγητό σε παραδοσιακό εσπαστόριο. Το βράδυ προαιρετική διασκέδαση σε νυχτερινό κέντρο, με χορό της κοιλιάς και τραγούδια από όλη την Αίγυπτο.

3Η ΗΜΕΡΑ: ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ.

Πρόγευμα και ολοήμερη εκδρομή στην Αλεξάνδρεια, όπου μετά από μία όμορφη διαδρομή στην έρημο και το δέλτα του Νείλου, θα φθάσουμε στην πόλη και θα δούμε τα θερμάνα ανάκτορα του βασιλιά Φαρούκ, τους κήπους της Μοντάζας, το Κορνίς, το σπίτι του Αλεξανδρινού ποιητή μας Καβάφη, και το Πατριαρχείο μας. Επιστροφή στο Κάιρο, διανυκτέρευση.

4Η ΗΜΕΡΑ: ΧΡ. ΚΑΪΡΟ-ΦΕΛΟΥΚΑ-ΠΑΖΑΡΙ ΧΑΝ-ΕΛ-ΧΑΛΙΛ.

Πρόγευμα και χριστιανική περιήγηση στο Παλιό Κάιρο, στον ναό του Αγ. Γεωργίου και στην εκκλησία της Παρθένου. Ύστερα βόλτα στον Νείλο με αιγυπτιακή φελοούκα. Στη συνέχεια θα επισκεφθούμε το φημισμένο ανατολίτικο παζάρι Χάν-ελ-Χαλίλ. Υφάσματα, μακιρίες, δερμάτινα, χρυσός, ασήμι, χαλκός, κοσμήματα, και τόσα άλλα είδη σε μοναδικές τιμές, μέσα σε μια πραγματικά παραδοσιακή αραβική ατμόσφαιρα του "σοούκ". Το μεσημέρι φαγητό σε καίρινο εσπαστόριο. Το βράδυ σας προτείνουμε να δοκιμάσετε την τύχη σας σ'ένα από τα πολυτελή καζίνο.

(Για όσους συμμετέχουν στην 4-ήμερη εκδρομή, μετά την ξενάγηση, μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση Κάιρο-Αθήνα)

5Η ΗΜΕΡΑ: ΚΑΪΡΟ -ΑΘΗΝΑ.

Πρόγευμα. Αποχαιρετώντας το Κάιρο, παίρνουμε το δρόμο της επιστροφής... Συγκέντρωση και αναχώρηση για το αεροδρόμιο, όπου θα πετάξουμε για την Αθήνα.

(Σημείωση: η σειρά των ημερών και των ξεναγήσεων μπορεί να αλλάξει, να προστεθεί ή να αφαιρεθεί κάτι, εάν το επιβάλλουν οι συνθήκες.)

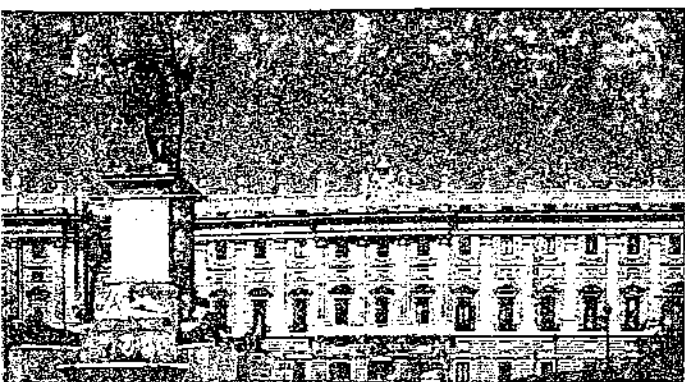
ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΑΘΗΝΑ - ΚΑΪΡΟ - ΑΘΗΝΑ ΜΕ EGYPT AIR
- ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΩΙΝΟ ΜΠΟΥΦΕ
- ΔΥΟ ΓΕΥΜΑΤΑ ΣΕ ΤΟΠΙΚΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
- ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΚΑΪΡΟΥ (ΜΟΥΣΕΙΟ - ΓΚΙΖΑ - ΠΥΡΑΜΙΔΕΣ - ΣΦΙΓΓΑ)
- ΧΡΙΣΤΙΑΝΙΚΟ ΚΑΪΡΟ - ΦΕΛΟΥΚΑ - ΠΑΖΑΡΙ ΧΑΝ-ΕΛ-ΧΑΛΙΛ
- ΟΛΟΗΜΕΡΗ ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ
- ΕΙΣΟΔΟΙ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛ. ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ
- ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΜΕ ΚΛΙΜΑΤΙΖΟΜΕΝΑ ΠΟΥΛΜΑΝ
- ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΟΣ ΤΟΠΙΚΟΣ ΞΕΝΑΓΟΣ

**ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ
ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ**

ΜΑΔΡΙΤΗ - ΑΝΔΑΛΟΥΣΙΑ - ΚΟΣΤΑΝΤΕΑ ΣΟΛ
ΜΑΔΡΙΤΗ - ΚΟΡΔΟΒΑ - ΣΕΒΙΛΛΗ - ΚΟΣΤΑΝΤΕΑ ΣΟΛ
ΓΡΑΝΑΔΑ - ΤΟΛΕΔΟ

ΔΙΑΡΚΕΙΑ: 8 ΗΜΕΡΕΣ



1η μέρα ΑΘΗΝΑ-ΜΑΔΡΙΤΗ

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο και πτήση για την Μαδρίτη. Άφιξη, μεταφορά και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο. Χρόνος στη διάθεση σας για μια πρώτη γνωριμία με την πόλη.

2η μέρα ΜΑΔΡΙΤΗ-ΚΟΡΔΟΒΑ-ΣΕΒΙΛΛΗ

Αφήνουμε τη Μαδρίτη με προορισμό τη Σεβίλλη. Ενδιάμεσος σταθμός η Κόρδοβα. Το ξακουστό Τζαμί Μεσκίτα που θα επισκεφθούμε έχει ένα δάσος από λαρμαροκόλονες και ένα Χριστιανικό Καθεδρικό ναό φωλιασμένο στην καρδιά του. Γέλος θα κάνουμε μία βόλτα στα γραφικά στενά της Εβραϊκής συνοικίας με τα υπέροχα Πάπος. Το απόγευμα άφιξη στην Σεβίλλη και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο.

3η μέρα ΣΕΒΙΛΛΗ

Η σημερινή μας ξενάγηση είναι γεμάτη αξιοθέατα από τα οποία ξεχωρίζουν ο Καθεδρικός Ναός με το καμπαναριό της Χιράλντα, το Αραβικό Παλάτι Αλκαζάρ, η γραφική συνοικία της Σάντα Κρουζ και τέλος η πλατεία της Ισπανίας. Το απόγευμα είναι ελεύθερο περπατήστε στα στενά δρομάκια της πόλης. Το βράδυ σας προτείνουμε να δείτε ένα φλαμέγκο στην πατρίδα του.

4η μέρα ΣΕΒΙΛΛΗ-ΚΟΣΤΑΝΤΕΑ ΣΟΛ - ΓΡΑΝΑΔΑ

Πρωί αναχώρηση. Θα προσεγγίσουμε τον Ατλαντικό ωκεανό στην περιοχή του Καδίθ και από την Ταρίφα (το νοτιότερο σημείο της Ισπανίας) θα φωτογραφηθούμε βουνα του Μωρόκου απέναντι στην Αφρική. Αφήνοντας τον βράχο του Γ'βραλτάρ δεξιά μας θα διασχίσουμε την Κόστα Ντελ Σολ κάνοντας στάση σε κάποια από τις πολλές κοσμοπολίτικες παραλίες της. Άφιξη το απόγευμα στην Γρανάδα και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο.

5η μέρα ΓΡΑΝΑΔΑ-ΜΑΔΡΙΤΗ

Μετά το πρωινό θα κάνουμε την ξενάγηση μας στο Αραβικό Παλάτι της Αλάμπρα και στους Λουλουδιασμένους κήπους του Χενεραλίφε. Αναχώρηση για την Μαδρίτη.

Άφιξη το απόγευμα και τακτοποίηση στο ξενοδοχείο.

6η μέρα ... ΜΑΔΡΙΤΗ Πλάθα Μαγιόρ, Πλάθα Εσπάνια, Πουέρτα ντελ Σολ, πολύβουες γωνίες της Μαδρίτης θα γνωρίσουμε σήμερα στην ξενάγηση μας. Το Βασιλικό Παλάτι, το ξακουστό Παλάτιο Ρεάλ θα μας εντυπωσιάσει. Έργα μεγάλων ζωγράφων όπως του Ελ Γκρέκο, Βελάσκειθ, Μουριλιο και Γκόγια θα δούμε στο περίφημο μουσείο του Πράδο. Απόγευμα ελεύθερο. Σας προτείνουμε μια εκδρομή στο Εσκοριάλ και την Κοιλάδα των Πεσσόντων.

7η μέρα ΜΑΔΡΙΤΗ-ΤΟΛΕΔΟ

Μετά το πρωινό, αναχώρηση για την πιο ιστορική πόλη της Ισπανίας το Τολέδο. Θα επισκεφθούμε τον Καθεδρικό Ναό, την εκκλησία του Αγίου Θωμά όπου φυλάσσεται το μεγαλύτερο και ωραιότερο έργο του Ελ Γκρέκο «Η Ταφή του Κόμη Όργκαθ». Έλας θα επισκεφθούμε το σπίτι όπου έζησε και μεγαλούργησε ο μεγάλος ζωγράφος Ελ Γκρέκο. Επιστροφή το μεσημέρι στην Μαδρίτη και για το ελεύθερο απόγευμα κάντε την βόλτα σας στη πλατεία Πουέρτα Ντελ Σολ η στη περιοχή Σεράνο με τα πολλά καταστήματα για τις αγορές σας.

8η μέρα ΜΑΔΡΙΤΗ-ΑΘΗΝΑ

Μετά το πρωινό λίγος χρόνος στη διάθεση σας. Μεταφορά στο αεροδρόμιο και πτήση για την Αθήνα. Άφιξη στην Αθήνα νωρίς το απόγευμα.

Περιλαμβάνονται

- Αεροπορικά εισιτήρια οικονομικής θέσης
- Διαμονή σε επιλεγμένα ξενοδοχεία 4 αστέρων
- Πρωινό μπουφέ καθημερινά
- Τρία Γεύματα στο σύνολο (Δύο στη Σεβίλλη και ένα στη Γρανάδα)
- Μεταφορές από/προς Αεροδρόμια, Ξενοδοχεία εξωτερικού

- * Πολυτελές Κλιματιζόμενο Πούλμαν για τις μετακινήσεις
- * Ξεναγήσεις/ Περιηγήσεις σύμφωνα με το πρόγραμμα
- * Αρχηγός/ Συνοδός του Γραφείου μας
- * Ασφάλεια ταξιδιού (Ασπικής Ευθύνης)
- * Ταξιδιωτική Τσάντα
- * Φ.Π.Α.
- Δεν Περιλαμβάνονται
- * Φόροι Αεροδρομίων
- * Είσοδοι σε Μουσεία
- * Ότι δεν αναφέρεται στο πρόγραμμα

ΠΡΑΓΑ

ΔΙΑΡΚΕΙΑ: 4 ΗΜΕΡΕΣ (ΚΑΘΕ ΠΕΜΠΤΗ)



1η ΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ-ΠΡΑΓΑ

Πρωινή αναχώρηση για την "πόλη των εκατό πύργων". Άφιξη και ξενάγηση στο σημαντικότερο Αρχιτεκτονικό μνημείο της Ευρώπης, στην Μικρή πόλη (Μάλα Στράνα) και την Παλιά πόλη (Στάρε Μέστο). Θα περπατήσουμε από την γραφική Γοτθική γέφυρα του Καρόλου μέσα από τα μεσαιωνικά δρομάκια της "Βασιλικής οδού" ως την πλατεία της Παλιάς πόλης, με το Δημαρχείο, το φημισμένο Αστρονομικό ρολόι, και τα αψιδωτά παλάτια της. Για το βράδυ σας προτείνουμε να διασκεδάσετε σε τυπικές Τσέχικες Μπυραριές με τοπικές σπεσιαλιτέ και μύρα παραγωγής τους ή στα φημισμένα τζαζ κλαμπ της Πράγας.

2η ΜΕΡΑ: ΠΡΑΓΑ

Μετά το πρόγευμα επίσκεψη στην Καστρούπολη (Χράσσαν), την Ακρόπολη της Πράγας, μία πόλη μέσα στην πόλη, που απλώνεται πάνω στον βράχο της Μάλα Στράνα. Μεταξύ άλλων θα δούμε: Το Λορέττο, τον Καθεδρικό ναό του Αγ. Βίττου με τα φανταστικά βηρώ, το θησαυροφυλάκιο του Στέμματος και το Μουσείο των Βοημών Βασιλέων, το χρυσό δρομάκι ή δρόμο των Αλχημιστών. Το απόγευμα στην διάθεσή σας για να παρακολουθήσετε παραστάσεις Μαύρου θεάτρου, όπερας κλπ.

3η ΜΕΡΑ: ΠΡΑΓΑ-ΚΑΡΛΟΥΒΥ ΒΑΡΥ

Μετά το πρόγευμα ολοήμερη εκδρομή στο Κάρλοβυ Βάρυ, στην Δυτική Βοημία. Μετά από μια πανέμορφη διαδρομή φτάνουμε στην πασίγνωστη Λουτρόπολη και ταυτόχρονα τόπο συνάντησης ανθρώπων των γραμμάτων, των τεχνών και της πολιτικής. Διασχίζοντας τον κεντρικό πεζόδρομο δίπλα στον ποταμό Τέπλα, καταλαβαίνουμε γιατί οι Τσάροι Πέτρος ο Μέγας & Νικόλαος Βα, ο Γκαίτε, ο Λίστ, ο Μπετόβεν, ο Μπαχ, ο Σοπέν, περπάτησαν τον ίδιο δρόμο.

4η ΜΕΡΑ: ΠΡΑΓΑ-ΑΘΗΝΑ

Ημέρες ελεύθερες για περιπάτους, προαιρετικές εκδρομές στα γειτονικά κάστρα, ή ψώνια (αντίκες, γκραβούρες, μαριονέτες, κρύσταλλα Βοημίας, κλπ.). Μια ακόμη ιδέα είναι μια βόλτα με καραβάκι στον ποταμό Μολδάβα που διασχίζει την πόλη. Αργά το απόγευμα μεταφορά στο αεροδρόμιο για την πτήση της επιστροφής.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- Αεροπορικά εισιτήρια με CSA.
- 3 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία 4*.
- Πρωινό μπουφέ.
- 3 γεύματα.
- Μεταφορές από και προς το αεροδρόμιο.
- Δύο ξεναγήσεις. (Παλιά Πόλη - Κάστρο)
- Ολοήμερη εκδρομή στο Κάρλοβυ Βάρυ.
- Ταξιδιωτική ασφάλιση αστικής ευθύνης
- Έμπειρος ξεναγός- συνοδός.

ΔΕΝ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- Φόροι αεροδρομίων 60 €.
- Είσοδοι σε μουσεία - θεάματα.

**ΚΑΘΕ ΠΕΜΠΤΗ
 ΟΔΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ**

ΚΑΪΡΟ-ΑΣΣΟΥΑΝ-ΛΟΥΞΟΡ-ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ ΜΕ 4ΗΜΕΡΗ ΚΡΟΥΖΙΕΡΑ ΣΤΟ ΝΕΙΛΟ



7 ΗΜΕΡΕΣ - ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ



1Η ΗΜΕΡΑ: ΑΘΗΝΑ-ΚΑΪΡΟ

Εγκέντρωση στο αεροδρόμιο και πτήση για Κάιρο με EGYPT AIR. Άφιξη και μεταφορά στο ξενοδοχείο. Η φωταγωγημένη πρωτεύουσα σας υποδέχεται, έτοιμη να σας παρασύρει στην μαγεία της αραβικής νύχτας

2Η ΗΜΕΡΑ: ΚΑΪΡΟ-ΑΣΣΟΥΑΝ-ΚΡΟΥΖΙΕΡΑ

Πρωινή πτήση για το Ασσουάν. Το γραφικό Ασσουάν, 900 χλμ. από το Κάιρο προς τα νότια με το Σουδάν, μας υποδέχεται. Η διαφορετική εμφάνιση των κατοίκων, η τραγουδιώδης διάλεκτος της γλώσσας, η περισσότερο αφρικάνικη παρά αραβική μουσική των τύμπανων, το τοπίο που αλλάζει, δεν θα περάσουν απαρατήρητα από να έμπειρο ταξιδιώτη. Περνώντας από το παλιό φράγμα, θα επισκεφθούμε τα αρχαία ορυχεία γρανίτη, με τον ημπελιό οβελίσκο μήκους 41 μ. Ύστερα με πλοίαρμα, θα πλεύσουμε στο περιήλιο νησί της Φιλαή, στον ξακουστό ναό της Ισίδας με τα ντυπωσιακά τέμπλα, τα αγάλματα, τα μυστικά θυσιαστήρια των ιερέων, τους κίονες των παπύρων, και τις διαφορούμενες τοιχογραφίες. Θα δούμε επίσης το Μέγα φράγμα των 3,5 χλμ και την δεύτερη μεγαλύτερη τεχνητή λίμνη στο κόσμο. Με τις πελούκες στο Νείλο, θα περάσουμε γύρω από την Ελεφαντίνη και γύρω από ο νησί Κίτσενερ, με τον πανέμορφο Βοτανικό κήπο. Γεύμα, δείπνο και διασκέδαση το πλοίο.

3Η ΗΜΕΡΑ: ΚΡΟΥΖΙΕΡΑ-ΚΟΜΟΜΠΟ-ΕΝΤΦΟΥ-ΕΞΝΑ

Πρωινό. Χαρείτε τις ανέσεις του πλοίου, κολυμπώντας στην πισίνα και κάνοντας λιοθεραπεία στον ζεστό ήλιο. Οι αμμόδειες ακτές διαδέχονται με το κλιμακωτό πρόβιο της καλλιερημένης γης και των φυτειών ζαχαροκάλαμου. Ο ναός του ομόμπο, του θεού-κροκοδείλου Σομπέκ και του θεού-γερακιού Χαροέρης, θα σας μιμίσει φευγαλέα την Ακρόπολη. Μεγαβαίνοντας στον Νείλο, θα γοητευθείτε από την εξωτική ομορφιά του ποταμού. Άλλες με χρυσή άμμο και πάπυρους, γραφικά πλινθόκτιστα χωριά και ντόπιοι με ολύχρωμα ρούχα και μελαμψά χαμογελαστά πρόσωπα να σας χαιρετούν. Άφιξη στο Εντφού, με τον ναό του Ήνου, του ηλιακού γερακιού, προστάτη των φαραώ, με τον τεράστιο πυλώνα, όπου γινόταν κάθε χρόνο η τελετή της Ένωσης με τον δίσκο των φαραώ. Στη συνέχεια περνάμε από το "κλειδί του Νείλου", το φράγμα της Ισίδας, Γεύμα, δείπνο και διασκέδαση στο πλοίο.

4Η ΗΜΕΡΑ: ΚΡΟΥΖΙΕΡΑ-ΛΟΥΞΟΡ

Πρωινό και ξενάγηση Λούξορ. Θα αρχίζουμε την επίσκεψή μας στην ανατολική όχθη από τους περιήλιους ναούς του Λούξορ, κτισμένους από τους φαραώ Αμενχτεπ Γ' και Ραμσή Β' αφιερωμένους στον θεό Αμόν-Ρά. Θα δούμε τον εντυπωσιακό πυλώνα: τα δύο πελώρια καθιστά βασιλικά αγάλματα, το ναό με τις τοιχογραφίες που είναι αφιερωμένες στο Μέγα Αλέξανδρο, τον ένα από τους μεγάλους οβελίσκους, καθώς άλλος βρίσκεται στην πλατεία Concorde στο Παρίσι και το τζαμί του Αμπούλ-γκάγκ. Συνεχίζοντας, στην λεωφόρο με τα αγάλματα των Σφιγγών που συνδέει το Λούξορ με το Καρνάκ, θα θαυμάσουμε τους ναούς του Αμωνα, της Μούτ και του Ινσού, τον υπόσπλο χώρο με τις 134 κολώνες, το ιερό και την θεία καθαρτήρια λίμνη. Έπειτα θα περάσουμε στην δυτική όχθη, την "Πόλη των Νεκρών". Στην κοιλάδα των Βασιλέων βρίσκονται περισσότεροι από 60 τάφοι, που ανακάλυψε το 1922 ο αρχαιολόγος Κάτερτ, μεταξύ των οποίων του Τουτ-Ανχ-Αμόν, του Σέτι Α', του Ραμσή του Τούθμοσις και της Νεφερτίτης. Στην συνέχεια θα επισκεφθούμε τον τριώρονο ναό της Χατσέψουτ, της μοναδικής γυναίκας φαραώ στην ιστορία, καθώς και τις κολοσσούς του Μέμνονα, δύο πελώρια καθιστά αγάλματα ύψους 19,20μ. Γεύμα, δείπνο και διασκέδαση στο πλοίο.

5Η ΗΜΕΡΑ: ΛΟΥΞΟΡ-ΚΑΪΡΟ-ΜΟΥΣΕΙΟ-ΠΥΡΑΜΙΔΕΣ-ΣΦΙΓΓΑ-ΠΑΖΑΡΙ ΧΑΝ-ΕΛ-ΧΑΛΙΛΙ

Πρόγευμα, και πτήση για το Κάιρο. Άφιξη και ξενάγηση της πόλης. Θα επισκεφθούμε το αρχαιολογικό μουσείο όπου στεγάζονται οι θησαυροί του Τουτ-Ανχ-Αμόν και ιραωνικά αριστουργήματα χιλιάδων χρόνων. Συνεχίζοντας, θα επισκεφθούμε τις

Πυραμίδες του Χέοπα, του Χεφρίνου και του Μικερίνου, ένα από τα επτά θαύματα του κόσμου, την επιβλητική Σφίγγα, καθώς και τα εργαστήρια παπύρων και αρωμάτων. Το μεσημέρι φαγητό σε παραδοσιακό εστιατόριο. Έπειτα, θα επισκεφθούμε το φημισμένο ανατολικό παζάρι Χάν-ελ-Χαλίλ. Ύφασματα, μπακίρια, δερμάτινα, χρυσός, ασήμι, χαλκός, κοσμήματα, και τόσα άλλα είδη σε μοναδικές τιμές, μέσα στην παραδοσιακή αραβική ατμόσφαιρα του "αούκ". Το βράδυ προαιρετική διασκέδαση σε νυχτερινό κέντρο, με χορό της κοιλιάς και τραγούδια από όλη την Αίγυπτο

6Η ΗΜΕΡΑ: ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ

Πρόγευμα και ολοήμερη εκδρομή στην Αλεξάνδρεια, όπου μετά από μία όμορφη διαδρομή στην έρημο και το δέλτα του Νείλου, θα φθάσουμε στην πόλη και θα δούμε τα θερινά ανάκτορα του βασιλιά Φαρούκ, τους κήπους της Μοντάζας, το Κορνίς, το σπίτι του Αλεξανδρινού ποιητή μας Καβάφη, και το Πατριαρχείο μας. Επιστροφή στο Κάιρο και διανυκτέρευση.

7Η ΗΜΕΡΑ: ΚΑΪΡΟ-ΑΘΗΝΑ

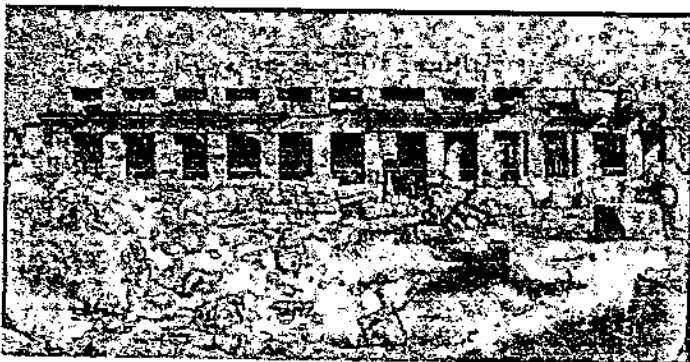
Πρόγευμα. Αποχαιρετώντας το Κάιρο, παίρνουμε το δρόμο της επιστροφής... Συγκέντρωση και αναχώρηση για το αεροδρόμιο, όπου θα πετάξουμε για την Αθήνα.

Σημ.: Η κρουαζιέρα μπορεί να εκτελεσθεί και αντιτρόφως (Λούξορ-Ασσουάν) και η σειρά των ημερών και των ξεναγήσεων μπορεί να αλλάξει, να προστεθεί ή να αφαιρεθεί κάτι, εάν το επιβάλλουν οι συνθήκες.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ:

- ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ EGYPT AIR (4 ΠΤΗΣΕΙΣ)
- ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΚΑΪΡΟ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΩΪΝΟ ΜΠΟΥΦΕ
- ΤΡΕΙΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΟΛΥΤΕΛΕΣ ΚΡΟΥΖΙΕΡΟΠΛΟΙΟ 5*
- ΠΛΗΡΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΚΡΟΥΖΙΕΡΑ (3 ΠΡΩΪΝΑ + 6 ΓΕΥΜΑΤΑ)
- ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΚΑΪΡΟΥ ΜΕ ΓΕΥΜΑ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ (ΜΟΥΣΕΙΟ - ΓΚΙΖΑ - ΠΥΡΑΜΙΔΕΣ - ΣΦΙΓΓΑ - ΠΑΖΑΡΙ ΧΑΝ-ΕΛ-ΧΑΛΙΛΙ)
- ΟΛΟΗΜΕΡΗ ΕΚΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ
- ΞΕΝΑΓΗΣΕΙΣ ΚΡΟΥΖΙΕΡΑΣ
- ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΜΕ ΚΛΙΜΑΤΙΖΟΜΕΝΑ ΠΟΥΛΜΑΝ
- ΕΙΣΟΔΟΙ ΣΕ ΑΡΧΑΙΟΛ. ΧΩΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ
- ΤΟΠΙΚΟΣ ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΟΣ ΞΕΝΑΓΟΣ
- ΕΝΗΜΕΡΟΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ

ΑΠΟΛΑΥΣΤΕ ΤΟ ΝΕΙΛΟ ΜΕ ΚΡΟΥΖΙΕΡΟΠΛΟΙΟ ΕΙΔΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ ΓΙΑ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΗ ΧΟΥΡΓΚΑΝΤΑ



ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΝΘΕΤΟ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟ

ΡΩΜΗ - ΚΑΡΝΑΒΑΛΙ ΒΕΝΕΤΙΑΣ

Ρώμη - Βενετία - Βερόνα - Μιλάνο
6ΗΜΕΡΟ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟ
αναχώρηση 19/02/04

Ημέρα 1η Αθήνα - Ρώμη Ξενάγηση πόλης & επίσκεψη στο Βατικανό (Πέμπτη 19/2)

Συγκέντρωση στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος και αναχώρηση για Ρώμη. Αφιξη και ξενάγηση της πόλης. Θα ξεναγηθούμε στο Κολοσσαίο, στην Αρχαία Ρωμαϊκή αγορά, στην Φοντάνα ντί Τρέβι, την Πιάτσα Βενέτσια και το Καπιτώλιο, πριν αναχωρήσουμε για το κρατίδιο του Βατικανού όπου θα επισκεφτούμε την Βασιλική του Αγίου Πέτρου. Μπαίνοντας στο εσωτερικό θα δούμε δεξιά μας το θεσπέσιο γλυπτό Πιετά του Μικαελάντζελο και τον τεράστιο άμβωνα με την Άγια Τράπεζα. Τακτοποίηση στο ξενοδοχείο μας και για το απόγευμα προτείνουμε βόλτα στην Πιάτσα Νουόβα για να απολαύσετε το μοναδικό σε γεύση παγωτό Ταρτούφο.

Ημέρα 2η Ρώμη (Παρασκευή 20/2)

Σήμερα το πρωί προτείνουμε να περπατήσετε μέχρι την πλατεία Ντί Πόπολο. Απολαύστε τον καφέ και το "πανίνι" σας σε κάποια από τις καφετέριες, ανάψτε ένα κερι στην "Παναγία των Θαυμάτων" και μετά θα συνεχίσετε το περπάτημα στην Βία Ντέλ Κόρσο η οποία θα σας φέρει στο μνημείο του Αγνώστου Στρατιώτη στην Πιάτσα Βενέτσια. Βγάλτε φωτογραφίες στην Πιάτσα ντ' Εσπάνια και κάντε τις αγορές σας στην περίφημη αγορά της Βία Βένετο. Για το βράδυ προτείνουμε δείπνο σε κάποιο από τα δεκάδες εστιατόρια που βρίσκονται δεξιά και αριστερά στην Βία Βένετο και αργότερα ποτό με ζωντανή μουσική στο Harris Bar.

Ημέρα 3η Ρώμη - Βενετία (Σάββατο 21/2)

Μετά από το πρωινό μας πρωινή αναχώρηση αεροπορικώς για την Βενετία. Αφιξη στο αεροδρόμιο της Βενετίας, μεταφορά στο ξενοδοχείο μας στο Μέστρε, τακτοποίηση στα δωμάτια μας και αναχώρηση για την ξενάγηση της Γαληνοτάτης. Θα δούμε αξιοθέατα συνώνυμα του θρύλου, την Βασιλική του Αγίου Μάρκου, το Παλάτι των Δόγηδων, το μεγάλο κανάλι, τον Πύργο του Ρολογιού και την Γέφυρα των αναστεναγμών. Βέβαια η ξενάγηση θα γίνει σε πολύ δύσκολες συνθήκες διότι το τριήμερο αυτό η Βενετία «ΦΛΕΓΕΤΑΙ» στους μοναδικούς Βενετσιάνικους ρυθμούς του πιο μεγαλοπρεπούς και «αριστοκρατικού» καρναβαλιού στον κόσμο. Χρόνος ελεύθερος για να ζήσουμε και να συμμετέχουμε στην υπέροχη αυτή γιορτή και ο κάθε ένας πλέον μόνος του ότι ώρα αποφασίσει, επιστρέφει στο ξενοδοχείο.

Ημέρα 4η Βερόνα - Μιλάνο (Κυριακή 22/2)

Μετά το πρωινό μας αναχώρηση για την ιστορική πόλη του Ρωμαίου και της Ιουλιέτας, Θα δούμε το ιστορικό κέντρο της πόλης των αιώνιων εραστών, την περίφημη Ρωμαϊκή Αρένα, τα αρχοντικά των Καπουλέτων και φυσικά το θρυλικό μπαλκόνι της Ιουλιέτας, και θα συνεχίσουμε για το Μιλάνο όπου θα κάνουμε μιά σύντομη ξενάγηση ώστε να μας μείνει αρκετός χρόνος για να τον ξοδέψουμε σε αγορές. Επιστροφή το απόγευμα στο ξενοδοχείο μας στο Μέστρε, και διανυκτέρευση

Ημέρα 5η Βενετία (Δευτέρα 23/2)

Όλη η ημέρα ελεύθερη για να ζήσουμε την υπέροχη και συνάμα μεγαλόπρεπη αυτή γιορτή που μόνο στην Βενετία γιορτάζουν με τόσο μεγάλη λαμπρότητα. Αγοράστε κάποια από τις μοναδικές Βενετσιάνικες μάσκες και χαθείτε ανάμεσα στον ανώνυμο κόσμο που χορεύει και διασκεδάζει στην πλατεία του Σάν Μάρκο, ζώντας μοναδικές στιγμές.

Ημέρα 6η Βενετία - Αθήνα (Τρίτη 24/2)

Ακόμη σχεδόν μία ολόκληρη ημέρα για να μπορέσουμε να περπατήσουμε πιο ήσυχα την μοναδική στον κόσμο αυτή πόλη, και να κάνουμε κάποιες αγορές που τις άλλες ημέρες λόγω της πολυκοσμίας θα μας είναι δύσκολο. Το απόγευμα μεταφορά στο αεροδρόμιο και επιστροφή στην Αθήνα μέσω Ρώμης.

Πτήσεις

19/2	ATH-ROM	AZ 717	06.35 - 07.35
21/2	ROM-VCE	AZ 4463	09.10 - 10.15
24/2	VCE-ROM	AZ 1456	18.00 - 19.05
24/2	ROM-ATH	AZ 730	20.25 - 23.55

Περιλαμβάνονται

- ✓ Αεροπορικά εισιτήρια Αθήνα - Ρώμη - Βενετία - Αθήνα με ALITALIA,
- ✓ (2) διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχείο 4* στην Ρώμη
- ✓ (3) διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχείο 4* στην Βενετία (Μέστρε) με πρωινό,
- ✓ ξενάγηση της Βενετίας και της Ρώμης,
- ✓ ολοήμερη εκδρομή σε Βερόνα και Μιλάνο,
- ✓ έμπειρος Έλληνας Αρχηγός / συνοδός,
- ✓ εισιτήριο για τα Βαπορέτα της Βενετίας την ημέρα της ξενάγησης.
- ✓ Ασφάλεια Αστικής Ευθύνης,
- ✓ ΦΠΑ

Τιμή κατ άτομο σε δίκλινο 559 ευρώ

ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ

3ήμερη Κρουαζιέρα «Αιγαιοπελαγίτικη Ανακάλυψη»

Ημέρα	Λιμάνι	Αφιξη	Αναχώριση
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ		11:00
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΜΥΚΟΝΟΣ	18:00	22:00
ΣΑΒΒΑΤΟ	ΡΟΔΟΣ *	08:30	18:00
ΚΥΡΙΑΚΗ	ΠΑΤΜΟΣ*	07:00	10:00
ΚΥΡΙΑΚΗ	ΚΟΥΣΑΝΤΑΣΙ (Έφεσος), Τουρκία	13:30	18:00
ΔΕΥΤΕΡΑ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	07:30	

Αποβίβαση με βάρκες, καιρού επιτρέποντος.
Αναχώριση κάθε Παρασκευή

4ήμερη Κρουαζιέρα «Κλασικό Αιγαίο»

Ημέρα	Λιμάνι	Αφιξη	Αναχώριση
ΔΕΥΤΕΡΑ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ		11:00
ΔΕΥΤΕΡΑ	ΜΥΚΟΝΟΣ	18:00	22:00
ΤΡΙΤΗ	ΚΟΥΣΑΝΤΑΣΙ (Έφεσος), Τουρκία	07:30	12:00
ΤΡΙΤΗ	ΠΑΤΜΟΣ*	15:30	20:00
ΤΕΤΑΡΤΗ	ΡΟΔΟΣ	07:00	18:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	07:00	11:30
ΠΕΜΠΤΗ	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	16:30	20:30
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	06:00	

*Αποβίβαση με βάρκες, καιρού επιτρέποντος.
Αναχώριση κάθε Παρασκευή

7ήμερη Κρουαζιέρα Τεσσαρών Θαλασσών

Ημέρα	Λιμάνι	Αφιξη	Αναχώριση
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ		17:30
ΣΑΒΒΑΤΟ	ΚΕΡΚΥΡΑ	09:00	13:30
ΚΥΡΙΑΚΗ	ΒΕΝΕΤΙΑ, Ιταλία	09:30	18:30
ΔΕΥΤΕΡΑ	ΝΤΟΥΜΠΡΟΒΝΙΚ, Κροατία	08:30	14:00
ΤΡΙΤΗ	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	07:00	12:30
ΤΕΤΑΡΤΗ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ, Τουρκία	12:30	20:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΜΥΚΟΝΟΣ	09:30	14:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ*	17:30	21:30
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	06:00	

Αποβίβαση με βάρκες, καιρού επιτρέποντος.

Ημερομηνίες 6, 13, 20, 27. Ιούλιος 4, 11, 18, 25. Αυγούστος 1, 8, 15, 22, 29. Σεπτέμβριος 5, 12, 19, 26. Οκτώβριος 3, 10, 17, 24.

7ήμερη Κρουαζιέρα «Μεσογειακό Μεγαλείο»

Ημέρα	Λιμάνι	Αφιξη	Αναχώριση
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	ΠΕΙΡΑΙΑΣ		17:00
ΣΑΒΒΑΤΟ	ΕΝ ΠΛΩ		
ΚΥΡΙΑΚΗ	ΓΕΝΟΒΑ (Πορτοφίνο), Ιταλία	07:00	13:00
ΚΥΡΙΑΚΗ	ΝΙΚΑΙΑ (Μόντε Κάρλο), Γαλλία	17:30	01:00
ΔΕΥΤΕΡΑ	ΤΣΙΒΙΤΑΒΕΚΙΑ (Ρώμη), Ιταλία	10:30	19:00
ΤΡΙΤΗ	ΜΕΣΣΙΝΑ (Ταορμίνα), Ιταλία	08:00	13:00
ΤΕΤΑΡΤΗ	ΚΟΥΣΑΝΤΑΣΙ (Έφεσος), Τουρκία	15:00	20:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟΝ*	21:30	24:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΡΟΔΟΣ	07:00	13:00
ΠΕΜΠΤΗ	ΚΩΣ*	16:30	20:30
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ*	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	06:00	

Αποβίβαση με βάρκες, καιρού επιτρέποντος.

Ημερομηνίες 6, 13, 20, 27. Ιούλιος 4, 11, 18, 25. Αυγούστος 1, 8, 15, 22, 29. Σεπτέμβριος 5, 12, 19, 26. Οκτώβριος 3, 10, 17.

Όροι Συμμετοχής

ΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Καλύπτει πριν από τη συμμετοχή σας σε ετήσια εκδρομή διαβάστε με προσοχή τους ως όρους συμμετοχής.

ΝΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Ην διοργάνωση των ταξιδιών της. Η εταιρία μας χρησιμοποιεί αεροπορικές και μεταφορικές εταιρίες, ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία και άλλους φορείς, τους οποίους δεν έχει άμεσο έλεγχο. Η εταιρία μας δεν έχει δική της αεροπλάνο, γαϊαίχτη ή γραφεία ταξιδιών για να είναι υπεύθυνο για την σωστή ή μη χρήση τους. Ο ρόλος του είναι καθαρά συμβουλευτικός για την παροχή υπηρεσιών τους πελάτες του γι' αυτό και οι ευθύνες εντοπίζονται μόνο σε περιπτώσεις ληψών και οργανωτικών αδυναμιών. Η εταιρία μας δεν κάνει κατάχρηση των βρυγικών που συνεπάγεται ο συμβουλευτικός ρόλος του και καταβάλλει προσπάθεια για να ανταποκριθεί στις δεξιές των πελατών του. Δεν είναι ο ωστόσο, ούτε δυνατό ούτε δικαίο να γίνει υπεύθυνο για αναμωλίες που δεν σε θέση να προβλέψει ή να ελέγξει ελεγχσιμικά όπως:

αλλαγές... καθυστερήσεις ή ακυρώσεις οργανωμένων δραστηριοτήτων κότες. Οι προβλεπόμενες αεροπορικές χρεώσεις και ώρες αναχωρήσεων στις γραφές των εκδρομών έχουν βασιστεί προγραμματισμένα/δημοσιευμένα βλάβη που ισχύουν κατά την έκδοση του πρόγραμματος.

τυχήματα, ασθένειες ή δυσάρεστες ενόχλειες επιπτώσεις από κλιματολογικές ήκες, αδυναμία προσαρμογής σε κλιματικές συνθήκες (jet lag), έμετρο, επιδημίες, τροφικές αλλεργίες ή ανεπαρκείς συνθήκες υγιεινότητας. * Οποιοσδήποτε δυσχερής μπορεί να προκληθούν από απρόβλεπτες αλλαγές όπως δυσμενείς καιρικές ήκες, απεργίες, πραξικοπήματα, πυρκαγιές, αεροπειρατείες, πυρκαγιές, σεισμοί, πλημμύρες και οποιαδήποτε άλλη η ή κατάσταση ανώτερης βίας. * Θόρα, εια ή κλοπή αποσκευών, προσωπικών επιπέδων, χρημάτων ή ταξιδιωτικών βιβλίων και οποιοσδήποτε συνέπεια από ματαική ή άλλη αξιόποινη πράξη.

ΝΕΣ - ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Το ταξιδιώτης είναι υπεύθυνος για την ισχύ, εξασφάλιση και φύλαξη ταξιδιωτικών βιβλίων που απαιτούνται για το ταξίδι του ταξιδιώτη, θεωρήσεις, πιστοποιητικό υγείας, άδεια αποδημίας, βίβα κλπ.). Η εταιρία εξυπηρετεί τους πελάτες της για την κάλυψη των εγγράφων αυτών και δεν έχει τη στην περίπτωση καθυστέρησης ή λείας στην έκδοσή τους.

Το ταξιδιώτης ευθύνεται για την αγορά, τη φύλαξη και το γνήσιο της δήλωσης του ταξιδιού ή άλλου είδους συναλλάγματος. Η εταιρία ευθύνεται ή ξένες τελωνειακές αρχές και άλλες αξίες ή αντικείμενα που κέρδονται μαζί τους. Στην περίπτωση που αιτήσεις αρχές δεν επιτρέψουν στον ταξιδιώτη την εξοδόν του από την Ελλάδα λόγω κλάσης δηλώσεως του συναλλάγματος ή της εισαγωγικής απαγόρευσης τότε ο ταξιδιώτης δεν δικαιούται επιστροφή χρημάτων.

Πρόσφατα των ταξιδιωτών είναι να ησύνουν λεπτομερώς το πρόγραμμα της εκδρομής που θα συμμετέχουν καθώς και τους όρους συμμετοχής. Οι συμμετέχοντες με εγγραφή τους στα γραφεία μας ή με εικόνη εμβαύλου ή μέσω ταξιδιωτικού γραφείου ή μέσω προώσου αποδίδονται στους όρους συμμετοχής. Η βασική ταξιδια αποστολή είναι η φύλαξη των ταξιδιωτών μεταξύ των ταξιδιωτών, το ομαδικό πνεύμα και η άσκηση σε τυχόν αντιζηλίτες. Οι συνοδοί εξονται τη βοήθεια σας για την ομαλή τήρηση του ταξιδιού. Βασική υποχρέωση του ταξιδιώτη που

εξοδόν του σε ομαδικά ταξίδια είναι η έγκαιρη ελευθερία σε εκδηλώσεις του

πρόγραμματος. Σε περίπτωση καθυστέρησης και ασυνέπειας το αποτέλεσμα είναι η απώλεια για τον ταξιδιώτη της εκδρομής, μετακίνησης ή άλλη υπηρεσίας χωρίς αποζημίωση.

Ο ταξιδιώτης πρέπει να επανασυνδεθεί με την ομάδα με δική του ευθύνη και έξοδα. **ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ** Η εταιρία μας καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για την καλύτερη και συνεπέστερη εφαρμογή των προγραμμάτων των εκδρομών. Απρόβλεπτες όμως καταστάσεις είναι δυνατό να καταστήσουν επιβεβλημένη, την διαφοροποίηση του προγράμματος πριν την αναχώρηση ή κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Α. Πριν την αναχώρηση του ταξιδιού η εταιρία μας, διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιήσει το πρόγραμμα της εκδρομής και να αναπροσαρμόσει την τιμή της. Στην περίπτωση αυτή ο ταξιδιώτης μπορεί να ακυρώσει τη συμμετοχή του και να του επιστραφούν όλα χρήματα έχει προκαταβάλει χωρίς κομία άλλη απαίτηση. Η εταιρία μας έχει το δικαίωμα να ακυρώσει οποιοδήποτε ταξίδι για λόγους που κρίνει σκόπιμο (αντικειμενικές δυσκολίες, περιορισμένη συμμετοχή... κλπ.) χωρίς υποχρέωση αποζημιώσεων πέραν της επιστροφής των εισπραχθέντων χρημάτων. Στην διάρκεια του ταξιδιού ο αρχηγός έχει το δικαίωμα να επιφέρει ελαφρές τροποποιήσεις αν πρόκειται να αντιμετωπίσει κάποιο έκτακτο γεγονός ή ανωτέρα βία. Όλα τα έκτακτα έξοδα (επιπλέον διανυκτερεύσεις, φαγητό, μεταφορές κτλ.) επιβαρύνουν τους ταξιδιώτες, εφόσον από τη φύση είναι αδύνατα ή πρόβλεψη τους.

ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Α. ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ

Οι αεροπορικές μετακινήσεις πραγματοποιούνται με εισιτήρια οικονομικής θέσεως και βασίζονται σε ομαδικούς ναύλους που προορίζονται συγκεκριμένα εισοδηματικού ρυθμού συμμετασχόντων, (που διαφέρει κατά προορισμό) και υπόκειται σε περιορισμούς παρομοίων και ενδιάμεσους στάσεων. Οι αεροπορικές εταιρίες μπορούν να τροποποιήσουν τα δρομολόγια επί των οποίων καθορίζονται οι αναχωρήσεις των εκδρομών χωρίς κομία προηγούμενη προειδοποίηση. Σε κομία περίπτωση η εταιρία μας δεν μπορεί να επιβληθεί στην αεροπορική εταιρία ώστε να περιορίσει τους τυχόν ενδιάμεσους σταθμούς και τον χρόνο αναμονής για τις αναπροσαρμογές.

Β. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Η κατηγορία των ξενοδοχείων που αναφέρονται (πολυτελείας Α, κοτ. κλπ.) είναι σύμφωνη με τον τουριστικό οργανισμό της χώρας στην οποία ανήκουν. Επειδή όμως δεν υπάρχει ενιαίο κριτήριο διεθνώς παραδεκτό για την κατάταξη αυτή, είναι λογικό να διαφέρουν μεταξύ τους τα διάφορα ξενοδοχεία έστω και αν ανήκουν στην ίδια κατηγορία. Σε ορισμένες χώρες όπου η τουριστική υποδομή είναι μέτρια, τα ξενοδοχεία προσφέρουν μετρίως ανέσεις. Οι περιπτώσεις αυτές αναφέρονται στην περιγραφή των προγραμμάτων. Συνιστάται η αποφυγή των τρίκλιτων δωματίων τα οποία κατά κανόνα είναι δίκλινα, με προσθήκη τρίτου κρεβατιού και συνεπώς στενόχωρα. Σύμφωνα με τους διεθνείς όρους τα δωμάτια των ξενοδοχείων παραλαμβάνονται και παραδίδονται στις 12 το μεσημέρι ανεξάρτητα από την ώρα άφιξης ή αναχώρησης των ενοίκων.

Γ. ΔΙΑΤΡΟΦΗ

Στις περιπτώσεις ημιδιατροφής (πρόγευμα και κυρίως γεύμα) η επιλογή μεσημερινού ή βραδινού γευμάτος γίνεται αναλόγα με το πρόγραμμα της κάθε μέρας. Η διατροφή των εκδρομμένων γίνεται ομαδικά και αρχίζει με γεύμα η δείπνο και τελειώνει με

πρόγευμα κατά την αναχώρηση.

Δ. ΑΡΧΗΓΟΣ - ΣΥΝΟΔΟΣ

Το οργανωμένο μας ταξίδι συνοδεύονται από έμπειρο και γλωσσολογικά συνεργάτη που φροντίζει για την ομαλή εκτέλεση του προγράμματος. Εντός του αεροσκάφους ο αρχηγός-συνοδός δεν έχει περισσότερα δικαιώματα από οποιονδήποτε εκδρομέα, γι' αυτό κατά τη διάρκεια της πτήσης ως εκ τούτου τυχόν ευθύνες ή παραλήψεις μέσα στο αεροσκάφος θα πρέπει να ζητηθούν μόνο από την αεροπορική εταιρία όπως αυτές προσδιορίζονται στη συνθήκη της Βαρσοβίας.

Ε. ΑΠΟΣΚΕΥΣΕΙΣ

Κάθε ταξιδιώτης δικαιούται να μεταφέρει μαζί του μια βαλίτσα και μια χειραποσκευή. Στο αεροπορικό ταξίδι το βάρος των αποσκευών δεν επιτρέπεται να ξεπερνά τα 20 κιλά και οι αεροπορικές εταιρίες επιτρέπουν μόνο μια χειραποσκευή στην καμπίνα του αεροσκάφους.

Σε περίπτωση φθοράς ή απώλειας αποσκευής, η αεροπορική εταιρία θα αποζημιώσει τον ταξιδιώτη μόνο για το βάρος της αποσκευής σύμφωνα με την συνθήκη της Βαρσοβίας ανεξαρτήτως της αξίας του περιεχομένου της αποσκευής. Δι' αυτό το λόγο μην τοποθετείται είδη μεγάλης αξίας σε αποσκευές.

ΛΛΑΓΗ ΤΙΜΩΝ

Τα έξοδα συμμετοχής οποιουδήποτε ταξιδιού μπορούν να αυξηθούν ως ακολούθως:

- Αύξηση των ναύλων ή καυσίμων - Μη συγκεκριμένης του απαιτούμενου αριθμού συμμετεχόντων
- Αιτιωτή αύξηση των τιμών των συν/κών μονάδων σε σχέση με τις ληφθείσες κατά την κατάταξη της τιμής της εκδρομής. Η αλλαγή τιμής της εκδρομής μπορεί να γίνει μέχρι τέσσερις (4) ημέρες πριν την έναρξη της και δεν αποτελεί δικαιοδοσία για ακύρωση συμμετοχής.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ

Συνιστούμε στους ταξιδιώτες έντονα να ζητήσουν από τους ασφαλιστικούς ή ασφαλιστική τους κάλυψη κατά την διάρκεια του ταξιδιού η οποία είναι προαιρετική. **ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΚΥΡΩΣΗΣ ΕΚΔΡΟΜΗΣ** Για την πραγματοποίηση των εκδρομών απαιτείται ελάχιστος αριθμός ατόμων, ίσως με 15 (δεκαπέντε) σε αεροπορικό πρόγραμμα και για οδικό πρόγραμμα απαιτείται 25. (εικοσιπέντε).

Η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα να ακυρώσει οποιοδήποτε ταξίδι αν η συμμετοχή κρίνεται ανεπαρκής και οφείλει να ενημερώσει τους πελάτες τουλάχιστον 7 ημέρες πριν την αναχώρηση της εκδρομής με την επιστροφή των χρημάτων που έχουν προκαταβάλει οι πελάτες.

ΕΓΓΡΑΦΕΣ - ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΘΕΣΕΩΝ

Για να είναι έγκυρη οποιοδήποτε κράτηση θέσης (συμμετοχή) πρέπει να συνοδεύεται με προκαταβολή ίση με το 40% της τιμής της εκδρομής. Τηλεφωνικές ή άλλο είδους κρατήσεις που δεν επικυρώνονται με την πληρωμή της ανάλογης προκαταβολής δεν υποχρεώνουν την εταιρία να δεσμευτεί θέσεις. Οι κρατήσεις γίνονται με την έναρξη του προγράμματος και μέσα στην καθορισμένη για κάθε εκδρομή προθεσμία εγγραφής που ωστόσο δεν υποχρεώνει την εταιρία να εξασφαλίσει θέση στον ενδιαφερόμενο αν στο μεταξύ έχουν εξαντληθεί οι προβλεπόμενες θέσεις. Η εξασφάλιση του υπολοίπου γίνεται προκαταβολικά, όχι αργότερα από 7 ημέρες πριν την αναχώρηση της εκδρομής.

Πληρωμή της ανάλογης προκαταβολής δεν υποχρεώνει την εταιρία να δεσμευτεί θέσεις. Οι κρατήσεις γίνονται με την έναρξη του προγράμματος και μέσα στην καθορισμένη για κάθε εκδρομή προθεσμία εγγραφής που ωστόσο δεν υποχρεώνει την εταιρία να εξασφαλίσει θέση στον ενδιαφερόμενο αν στο μεταξύ έχουν εξαντληθεί οι προβλεπόμενες θέσεις. Η εξασφάλιση του υπολοίπου γίνεται προκαταβολικά, όχι αργότερα από 7 ημέρες πριν την αναχώρηση της εκδρομής.

εξασφάλιση του υπολοίπου γίνεται

προκαταβολικά, όχι αργότερα από 7 ημέρες πριν την αναχώρηση της εκδρομής.

ΑΚΥΡΩΣΕΙΣ

Για την εξασφάλιση ξενοδοχείων και άλλων απαραίτητων υπηρεσιών η εταιρία προπληρώνει σημαντικά ποσά ορεικούς μήνες πριν από την πραγματοποίηση των εκδρομών που έχει προγραμματίσει και δεσμεύεται με συγκεκριμένες υποχρεώσεις αποζημιώσεως σε περίπτωση μικρής ή ολικής ακύρωσης. Γι' αυτό και είναι υποχρεωμένος να παροκρατήσει με τη σειρά της τα κάτωθι ποσά σε περίπτωση που ο ταξιδιώτης ακυρώσει τη συμμετοχή του.

1. Ακύρωση συμμετοχής μέχρι 25 ημέρες πριν από την έναρξη της εκδρομής, επιστροφή προκαταβολής στο ακέραιο, πλην του ποσού 8.000-δρχ. κατά άτομο για έξοδα εξυπηρέτησης, τέλεξ, φάξ κλπ.
2. Ακύρωση συμμετοχής 25-15 ημέρες πριν από την έναρξη της εκδρομής ο ταξιδιώτης υποχρεούται να καταβάλει το 35% της αξίας της εκδρομής.
3. Ακύρωση συμμετοχής 14-15 μέρες πριν από την έναρξη της εκδρομής ο ταξιδιώτης υποχρεούται να καταβάλει το 50% της αξίας της εκδρομής.
4. Ακύρωση συμμετοχής μέχρι 4 ημέρες πριν από την έναρξη της εκδρομής ο ταξιδιώτης υποχρεούται να καταβάλει το 75% της αξίας της εκδρομής. Για ακυρώσεις συμμετοχής σε λιγότερο από 4 ημέρες από την έναρξη της εκδρομής ο ταξιδιώτης δε δικαιούται κομμία επιστροφή χρημάτων παρά μόνο το δικαίωμα να μεταβιβάσει την εκδρομή σε κάποιον άλλον χωρίς κομμία επιβάρυνση.

ΝΑΥΛΩΜΕΝΕΣ ΠΤΗΣΕΙΣ

Η εταιρία μας για να καλύψει τις ανάγκες των οργανωμένων πακέτων κατά τη διάρκεια υψηλών περιόδων (Πάσχα - Χριστουγεννιάτικα και τους καλοκαιρινούς μήνες) νευλώνει αεροσκάφη ή καταλαμβάνει θέσεις με εταιρίες που εκτελούν προγραμματισμένες πτήσεις τις οποίες και προπληρώνει. Σε περίπτωση ακύρωσης συμμετοχής από 1-14 εργάσιμες μέρες πριν την ημερομηνία αναχώρησης τότε επιβαρύνεται με το 100% της αξίας της εκδρομής.

ΠΑΡΑΚΑΤΗΧΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ

Οι συμμετέχοντες σε εκδρομές με πούλμαν αλλά και ορισμένες αεροπορικές, έχουν υποχρέωση να καταβάλουν στο εξωτερικό μέρος από το συναλλάγμα τους, για κάλυψη εκδότων διανομών και διαπορήσεις εφόσον είναι αναγκαίο και ορίζεται από τον τιμοκατάλογο. **ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΜΑΣ ΕΥΘΥΝΗΣ** Σύμφωνα με την κοινοτική και ελληνική νομοθεσία (Π.Α. 339/1996) το γραφείο μας έχει προβεί στην ασφάλιση της επαγγελματικής του ευθύνης για την κάλυψη της μη εκτέλεσης της σύμβασής εκ μέρους του καθώς και για την επιστροφή των καταβληθέντων και τον επαναπαρισμό στην περίπτωση πτώχευσης. Για τα παραπάνω καθώς και για το δικαίωμα σας, σας ενημερώνουμε για το όνομα και τη διεύθυνση της ασφαλιστικής εταιρίας καθώς και τον αριθμό του ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΑΡΑΤΙΘΩΝ

Αν έχετε λόγο να παραπονείσθε, ενώ βρίσκεστε σε ένα ταξίδι θα πρέπει να το γνωστοποιήσετε στον αρχηγό του ταξιδιού ή στον τοπικό αντιπρόσωπο μας ή στο ξενοδοχείο που θα προσπαθήσουν να ικανοποιήσουν στην επιστροφή, χωρίς να διαμαρτυρηθεί κανείς κατά τη διάρκεια του ταξιδιού ώστε να μας δώσει η δυνατότητα αυτό που σας εννοεί και αντίθετα στην αρχική σύμβαση αν κάποιο πρόβλημα δε λυθεί θα πρέπει να παραπονείσθε γραπτά με ιδιαίτερη επιστολή, μέσα σε επτά ημέρες από την επιστροφή σας στην Ελλάδα.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΟΠΟΙΑΔΗΠΟΤΕ ΕΚΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΟΠΟΘΕΤΕΙ ΤΗΝ ΑΝΕΠΙΦΥΛΑΚΤΗ ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΩΝ ΓΕΝΙΚΩΝ ΟΡΘΩΝ.

ΝΟΜΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

φωνα με την ΠΔ. 339 / 1996 εντολή οδηγίας Ε.Ε)

εκαλούμε διαβάστε τους όρους συμμετοχής στις εκδρομές της FLYWAYS
ριν την εγγραφή σας. Η εγγραφή σας σε κάποιο από τα προγράμματα
σας δυνάμει με πλήρη αποδοχή των παρακάτω όρων:

ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ FLYWAYS SA ΝΤΙ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ

σφάδες πως ευχή και προσπάθειά μας είναι να προλαμβάνουμε όλα ε-
τα μικρά αλλά και μεγαλύτερα σπρόκτα που ενδέχεται να "διαταρά-
την ομαλή διεξαγωγή των ταξιδιών μας. Άλλωστε εκέγγυα της προ-
είας μας αποτελούν η εμπειρία, η κατάρτιση αλλά και η ευσυνειδησία
Στα θέματα της μεταφοράς (οδική, αέρος ή θαλάσσης), η ευθύνη σε κά-
ρίπτωση περιορίζεται ως τις διεθνείς συμβάσεις.

ξιδιωτικά μας γραφεία από μεσολοβητή ανάμεσα στους εκδρομείς και
εταφορείς, τα ξενοδοχεία καθώς και οποιονδήποτε άλλο προσφέρει
τηρείς του για την ομαλή εκτέλεση κάθε ταξιδιωτικού προγράμματος
έχει καμία ευθύνη, για περιπτώσεις παραλείψεων και οργανωτικών αδυ-
ών που προέρχονται από τρίτους που μεσολοβούν για τη διεκπεραίωση
προγράμματος, καθώς επίσης και για τυχόν τραυματισμούς, απώλειες,
ιές, φθορές αποσκευών και αντικειμένων ή πιθανές καθυστερήσεις στη
κεια της εκδρομής ή άλλες δυσμενείς καταστάσεις λόγω εκτάκτων συν-
ών ή ανώτερης βίας.

ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

όνες που ρυθμίζουν τις υποχρεώσεις και ευθύνες των Αεροπορικών Ε-
ών, προβλέπονται από τη συνθήκη της Βαρσοβίας.

ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΚΔΡΟΜΕΩΝ

ξιδιωτικά έγγραφο.

ξιδιώτες μας φέρουν οι ίδιοι την ευθύνη για την προσκόμιση των απαι-
ων ταξιδιωτικών εγγράφων, όπως διαβατήρια, θεωρήσεις, πιστοποιη-
κ.α. Σε κάθε περίπτωση θα βρουν το γραφείο μας αρωγ, όμως σε καμία
πτωση δεν μπορούν να καταλογιστούν ευθύνες ή υπαιτιότητα για τυχόν
στερήσεις ή αδυναμία στην εξασφάλισή τους.

ήλωση συναλλάγματος

ε εκδρομείς είναι αποκλειστικά υπεύθυνος για την αγορά, τη δήλωση
ο γνήσιο της δήλωσης συναλλάγματος, καθώς επίσης και για την αγορά
ή δήλωση εισιδίων όπως, γούνες, τιμολόγιο, φωτογραφικές μηχανές και συ-
ή αντικείμενα.

ρηση προγράμματος

ε εκδρομείς είναι υπεύθυνος για την έγκαιρη προσέλευσή του στα ση-
συνάντησης και συγκέντρωσης για τις διάφορες εκδηλώσεις του προ-
ματος, όπως εκδρομές, ξεναγήσεις, μεταφορές, πτήσεις, γεύματα. Σε
πτωση καθυστέρησης, ο συνοδός της εκδρομής έχει το δικαίωμα να α-
ρήσει, με συνέπεια ο εκδρομείς να χάσει την εκδήλωση, χωρίς να δι-
ύται αποζημίωση.

ΦΑΡΜΟΓΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

αναφέραμε την προσπάθειά μας για την απόλυτη τήρηση του προγράμ-
της εκάστοτε εκδρομής. Όμως, απρόβλεπτες καταστάσεις ή γεγονότα
ι δυνατό να επιβάλουν τη διαφοροποίηση του προγράμματος, πριν από την
ώρηση ή και κατά τη διάρκεια της εκδρομής. Και πιο συγκεκριμένα:

ριν από την αναχώρηση

ροφείο μας διατηρεί το δικαίωμα τροποποίησης του προγράμματος και α-
αμόρφωσης της τιμής του εάν συντρέχει λόγος. Στην περίπτωση αυτή ο
ομείς μπορεί να ακυρώσει τη συμμετοχή του και να του επιστραφούν τα
ματα του στο ακέραιο, χωρίς καμία άλλη απαίτηση από την πλευρά του.
η περίπτωση που αυξάνεται η τιμή λόγω συναλλαγματικής διαφοράς και/ή
ησης του ναύλου μέχρι ποσοστού 10% στην τιμή πώλησης, δε δικαιολο-
αι η ακύρωση της συμμετοχής χωρίς να κρατηθούν τα ακυρωτικά. Τέλος
ροφείο μας έχει το δικαίωμα να ακυρώσει οποιαδήποτε εκδρομή για λό-
σφαλείας, σκοπιμότητας ή μη συμπληρώσεως του απαραίτητου αριθ-
συμμετοχών, χωρίς υποχρέωση αποζημίωσης μεγαλύτερη από την επι-
φή των χρημάτων που έχει εισπράξει. Τυχόν αλλαγή της ώρας πτήσεως
τη αεροπορική εταιρία από το πρωί σε μεσημέρι ή απόγευμα και αντί-

σπρα, καθώς επίσης και τυχόν αλλαγή της ώρας επιβίβασης στο λεωφορείο
οδικής εκδρομής δεν θεωρείται αλλαγή προγράμματος.

Β) Διάρκεια εκδρομής

Ο αρχηγός της εκδρομής διατηρεί το δικαίωμα τροποποιήσεων, αν πρόκειται
να αντιμετωπίσει έκτακτο γεγονός ή ανώτερη βία (καιρικές συνθήκες, κή-
ρυξη ή επιληή πολέμου, επαναστάσεις, πολιτικές αναταραχές, απεργίες, εξ-
τρεμιστικές ενέργειες, τεχνικά κωλύματα ενάεριας κυκλοφορίας, κλείσιμο α-
εροδρομίων και οδικών οδών, ακυρώσεις δρομολογίων), όλα τα έκτακτα έ-
ξοδα για τη χροσιμοποίηση άλλου πιο δαπανηρού μέσου επιβαρύνουν τους
εκδρομείς εφόσον είναι φανερό ότι είναι αδύνατη η πρόβλεψή τους. Αν λοι-
πόν για κάποιον από τους παραπάνω λόγους ανώτερης βίας διακοπεί η εκ-
δρομή στην εξέλιξη της και επαναπατριστούν οι εκδρομείς, το γραφείο μας
καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για τη επιστροφή του αντίτιμου των υ-
πηρεσιών οι οποίες δεν παρσχεθήκαν από τους δικαιούχους (ξενοδοχεία,
μεταφορές).

Γ) Κρατήσεις θέσεων

Έγκυρη θεωρείται η κράτηση στην εκδρομή που συνοδεύεται από το 30% του
συνολικού κόστους. Τηλεφωνικές κρατήσεις δεν υποχρεώνουν το γραφείο να
δεσμεύει θέσεις. Οι κρατήσεις γίνονται με την έκδοση του προγράμματος και
τελειώνουν μέχρι την εξάντληση των θέσεων. Η εξόφληση του υπόλοιπου
γίνεται μία εβδομάδα πριν από την έναρξη (αναχώρηση) της εκδρομής.

5. ΑΚΥΡΩΣΕΙΣ

Ακύρωση θέσης εκδρομής είναι δυνατόν να συμβεί και από μέρους των εκ-
δρομείων. Στην περίπτωση αυτή, το γραφείο μας είναι υποχρεωμένο να σε-
βαστεί τις υποχρεώσεις του απέναντι στους συνεργάτες του (ξενοδοχείο,
γραφείο ταξιδιών, αεροπορικές εταιρίες), τους οποίους οφείλει να αποζη-
μιώσει σε περίπτωση ακυρώσεων βάσει των συμφωνιών που έγιναν. Για το
λόγο αυτό ακύρωση εκδρομής η οποία θα ζητηθεί 10 ημέρες πριν από την α-
ναχώρηση, γίνεται δεκτή χωρίς καμία επιβάρυνση. Ακύρωση σε χρόνο μι-
κρότερο των 10 ημερών και μέχρι τις 5 ημέρες πριν την αναχώρηση επιβα-
ρύνεται με κράτηση 20% πάνω σε όλο το ποσό των εξόδων συμμετοχής. Σε
χρόνο μικρότερο των 5 ημερών και μέχρι την ώρα της αναχώρησης, δεν γίνε-
ται δεκτή για οποιονδήποτε λόγο. Το γραφείο μας έχει το δικαίωμα σε περι-
πτωση που δεν εξοφληθεί ο λογαριασμός μέχρι την ώρα αναχώρησης, να τον
ζητήσει με κάθε νόμιμο μέσο λόγω "αναπόδεκτου ζημίας της επιχείρησης". Ε-
πίσης το γραφείο μας έχει όλο το δικαίωμα να ματαιώσει την εκδρομή, τη
στιγμή που θα υπάρχουν ειδικοί λόγοι που την επιβάλουν. Στις παραπάνω
περιπτώσεις, δε, γίνεται αποδεκτή καμία απαίτηση χρημάτων, εκτός από την
επιστροφή αυτών που κατέλαβε ο εκδρομείς.

6. ΕΜΒΑΣΜΑΤΑ

Οι εκδρομείς που μένουν εκτός Αθηνών μπορούν να εγγραφούν σε προ-
γράμματα εκδρομής με αποστολή τηλεφωνικού εμβάσματος και με ταυτό-
χρονη ενημέρωση του γραφείου μας, σχετικά με το ποσό και την εκδρομή
που αφορά (αποστολή φαξ).

8. ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ

Οι εκδρομείς που ταξιδεύουν στο εξωτερικό πηγαίνουν στην τράπεζα ή σε α-
νταλλακτήριο συναλλάγματος με το διαβατήριό τους και αγοράζουν το συ-
νάλλαγμα τους, που αντιστοιχεί με 2.500 περίπου δολάρια για όλες τις κώ-
ρες.

ΠΡΟΣΟΧΗ

Κάθε δραστηκή αλλαγή στους παράγοντες κόστους (αύξηση ναύλων ή τιμής
ξένων συναλλαγμάτων, αδυναμία συγκεντρώσεως του απαιτούμενου ελάχι-
στου αριθμού συμμετοχής και επομένως η μετάταξη σε ακριβότερο κόστος υ-
πηρεσιών και ναύλου), θα επιφέρει ανάλογη αύξηση στα έξοδα συμμετοχής,
η οποία θα ανακοινωθεί από το γραφείο μας στους εκδρομείς.

ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΩΝ ΟΡΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Η συμμετοχή των εκδρομείων σε οποιαδήποτε εκδρομή του προγράμματος
του γραφείου μας, σημαίνει την αυτόματη και χωρίς καμία επιφύλαξη απο-
δοχών όλων των όρων.

Καλό σας ταξίδι.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Βομβολάκη, Α (1994), εισηγητής: Τερζοπούλου, Χ, Τουριστικά Γραφεία – Καθεστώς Λειτουργίας τους, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ.
- Πατρινού, Ο (1997), εισηγητής: Παναγόπουλος, Α, τουριστικά γραφεία και η συμβολή τους στην ανάπτυξη του τουρισμού, πτυχιακή εργασία, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Πάτρας.
- Ρούπας, Β & Λαγούμης, Δ. (1998), Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Α. Σταμούλη.
- Σωτηριάδης, Μ. (2001), Ταξιδιωτικά Πρακτορεία Incoming & Outgoing, Αθήνα: Εκδόσεις προπομπός.
- Χυτήρης, Λ. (1995), Τουριστικά Γραφεία. Ίδρυση – Οργάνωση - -Λειτουργία, Αθήνα: Interbooks.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Lundberg, D.E (1996), The Tourist Business (6th edition), New York: John Wiley & Sons.

ΠΗΓΕΣ

- Ε.Ο.Τ.
- Internet: Web Site: <http://www.hatta.gr/>

